

Universidade do Porto – UP

Faculdade de Belas Artes

CONDICIONAMENTO INVISÍVEL:
O PAPEL DO MERCADO E DAS INSTITUIÇÕES NA
CRIAÇÃO E EXPERIÊNCIA ARTÍSTICA

RICARDO CARVALHO MAIA

Porto

2018

RICARDO CARVALHO MAIA

CONDICIONAMENTO INVISÍVEL:
O PAPEL DO MERCADO E DAS INSTITUIÇÕES NA CRIAÇÃO E EXPERIÊNCIA
ARTÍSTICA

Dissertação apresentada ao Programa de Mestrado em Práticas Artísticas Contemporâneas, Faculdade de Belas Artes, da Universidade do Porto, como parte dos requisitos necessários à obtenção de Mestre em Arte.

Orientador: Miguel Von Hafe Pérez

Porto

Setembro 2018

RESUMO

CONDICIONAMENTO INVISÍVEL: O PAPEL DO MERCADO E DAS INSTITUIÇÕES NA CRIAÇÃO E EXPERIÊNCIA ARTÍSTICA

As artes plásticas foram capazes de construir uma legião de seguidores ao longo dos anos. Os artistas e o público são responsáveis pela criação e recepção das obras, porém o caminho percorrido pela obra, do ateliê até o espaço de recepção, não é visível para aqueles não iniciados no meio. O circuito artístico é o responsável por estabelecer essa ponte e este é uma elaborada rede social-cultural, composta por diversos agentes e eventos. Partindo da esfera da criação e recepção é relevante explorar como são estabelecidas as suas ligações com circuito artístico. Esta dissertação tem como motivação explicitar, com base teórica, o caminho traçado pelos objetos artísticos no circuito, mas, principalmente, nas relações constituídas dentro do meio das artes plásticas e como estas podem ser determinantes para os artistas e o público, assim como para o caminho da arte.

Palavras-chave: circuito de artes plásticas; mercado; instituições e museus; criação artística, experiência artística.

ABSTRACT

INVISIBLE CONDITIONING: THE ROLE OF THE MARKET AND INSTITUTIONS IN THE ARTISTIC CREATION AND EXPERIENCE

Over the years, fine arts have built a legion of followers. Artists and the public are responsible for the creation and reception of art works, but the path that takes a work from the studio to the reception space is not visible to those who are not initiated in the art system. The art system is responsible for establishing this bridge, between artists and public, and is an elaborate social-cultural network, composed of several agents and events. Thinking about the creation and reception of a work of art, it is important to explore how these events are connected to the art system itself. This dissertation explains, using a theoretical basis, the path traced by art objects in the system, with a principal focus on the relations constituted in the fine arts world and how these relations can be determinant for the artists and the public, as well as their impact on the art world.

Keywords: Fine arts system; art market; institutions and museums; artistic creation, artistic experience.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	6
1. O ARTISTA.....	8
1.1. O ideal	9
1.2. A exposição	12
1.3. Estratégias.....	14
2. O CIRCUITO DAS ARTES PLÁSTICAS.....	21
2.1. O mercado de arte e seus agentes.....	21
2.1.1. O mercado	23
2.1.2. As galerias.....	25
2.1.3. As feiras de arte contemporânea.....	27
2.1.4. Os colecionadores	29
2.2. Exibidores e o meio institucional	32
2.2.1. Museus, centro culturais e demais instituições.....	34
2.2.2. Curadores.....	34
2.2.3. As bienais de arte	39
2.3. O circuito da arte na criação artística e na experiência do público	42
2.3.1. O circuito e os artistas	44
2.3.2. A complicada relação do mercado e as instituições com o público	55
2.3.3. Rupturas, isolamentos e resistências	66
3. O PÚBLICO	72
3.1. Comportamento.....	75
3.2. Liberdade.....	78
3.3. Enfrentamentos e limites experimentados.....	83
CONSIDERAÇÕES FINAIS	87
REFERÊNCIAS.....	89

INTRODUÇÃO

Ao entrar em um museu, instituição cultural ou galeria, é provável que você se defronte com alguma produção de arte contemporânea. Pelas ruas das grandes cidades é possível observar criações artísticas, às vezes anônimas ou não, que por pertencerem ao tempo presente poderiam ser consideradas contemporâneas. Ao adquirir um quadro na feira de antiguidades na rua ou apreciar o desenho que um filho, sobrinho ou neto fez na aula de arte, pode-se afirmar que todos são manifestações criativas. E surge, então, a questão: o que torna essas criações distintas dos objetos artísticos cobiçados?

O fato de criar algum objeto, ação ou pensamento, simplesmente, não o consagra como obra de arte. Para obtenção de tal título é necessário navegar por uma rede sociocultural, chamada de circuito artístico. Nela estão presentes agentes responsáveis por fazer a obra navegar das mãos do artista criador para o público.

No circuito artístico o mesmo papel em branco em que esse texto foi impresso pode ser valorizado de diferentes formas, seja em termos de significado, seja em termos monetários. O que ou quem são os responsáveis, se é que é possível apontá-los, por transformar um objeto comum em algo extraordinário? Como acontece esse processo? Como os artistas dialogam com este fato e como o público se defronta com isso?

Mais que uma crítica ao circuito artístico, este trabalho tem como principal motivação um esclarecimento do funcionamento do mesmo, assim como uma melhor compreensão de como os artistas e o público lidam com isso.

Este trabalho é dividido em três capítulos, **O artista**, **O circuito das artes plásticas** e **O público**, com principal foco no circuito, por isso este apresenta um conteúdo mais extenso que os demais.

O capítulo 1, O artista, é, como o próprio título sugere, centrado neste. Nele procura-se abordar qual é a motivação que os alimenta, como a arte, ao menos em teoria, persegue um ideal. Em seguida apresenta-se a questão da exposição, mostrando que é nela que se estabelece o canal de comunicação entre os artistas e seu público. Por último, aborda-se como determinados artistas se utilizam de estratégias para disseminação e valorização das suas obras.

O capítulo 2, O circuito das artes plásticas, é o mais relevante deste trabalho, nele descreve-se a programação artística focada nas artes visuais destacando-se duas esferas, o mercado de arte e o meio institucional. Dentro de cada uma destas é sinalizado suas principais motivações e agentes. A terceira parte do capítulo tenta concluir e estabelecer a conexão entre o circuito, a criação artística e a experiência do público. Como colocação enriquecedora para discussão apresenta-se artistas e movimentos que procuraram trabalhar justamente essa questão de forma crítica.

Já o capítulo 3, O público, centra-se no público, no espectador, no visitante, no observador, no consumidor, no usuário, seja qual for a denominação escolhida para se nomear este. Parte-se, inicialmente, de uma tentativa de definição de público para melhor entendimento sobre o que será abordado. Procura-se também levantar a questão da liberdade do público dentro de um contexto das artes plásticas. Por último, coloca-se como o público explora seus limites e sua liberdade.

A forma de organização do trabalho como um todo está relacionada ao percurso tradicional que o objeto artístico circula, saindo do ateliê do artista, exposto em galerias, museus e instituições e, por último, recepcionado pelo público.

1. O ARTISTA

Quando se pensa na figura do artista, muitas pessoas, talvez, visualizem a imagem romântica de grandes pintores em seus ateliês, de escritores frente a máquinas de escrever, compositores clássicos e seus pianos, bailarinas em palco, diretores de cinema sentados no set de filmagem, ou, entre outros, atores de manifestações culturais.

Na contemporaneidade, o termo artista ganhou novos significados para além daqueles envolvidos diretamente com arte. Aqueles que são bem sucedidos em seu meio e inovadores, geralmente, são chamados de artistas e seu trabalho, arte. O termo ganhou características adjetivas, se alguém possui excelência no que faz, ganha o título de artista. Isso ocorre nas mais diversas esferas, seja no mundo empresarial, cultural ou político. Pode-se dizer que esse pensamento teve como um de seus principais idealizadores, o artista conceitual alemão, Joseph Beuys.

Joseph Beuys em uma de suas mais famosas afirmações proclamou que “Todo ser humano é um artista”. Beuys quando fez a afirmação referia-se ao conceito de artista de forma mais abrangente, não somente pintores, escultores, músicos, escritores. Para Beuys o que define uma pessoa artista ou não, é a sua capacidade de sentir, sofrer, de querer algo e exercer sua criatividade. A mobilização das atividades criativas é o fundamento precursor não só de um artista, mas também como essência da vida. Expressar a criatividade seja qual for o ramo é o que um artista faz, segundo Beuys. (LIPPARD, 1973)

Man is only truly alive when he realizes he is creative, artistic being. I demand an artistic involvement in all realms of life. At the moment, art is taught as a special field which demands the production of documents in form of art works. Whereas I advocate an esthetic involvement from science, from economics, from politics, from religion – every sphere of human activity. Even the act of peeling a potato can be a work of art if it is a conscious art. (LIPPARD, 1973, p. 121).

A definição de artista como criador fica ainda mais vaga se considerarmos o conceito do ato criador, abordado por Marcel Duchamp, em 1965, no seu texto *Ato Criador*. Duchamp (1965) convida o espectador para uma coautoria da obra.

Resumindo, o ato criador não é executado pelo artista sozinho; o público estabelece o contato entre a obra de arte e o mundo exterior, decifrando e interpretando suas qualidades intrínsecas e, desta forma, acrescenta sua contribuição ao ato criador. (DUCHAMP, 1965, p.71).

Assim, a aproximação de uma definição de artista parece algo muito fluido. Não é parte desse capítulo, embora seja relevante, um aprofundamento nas questões que envolvem essas definições. O que está sendo proposto é um estudo a cerca dos elementos envolvidos na criação das artes plásticas. E por mais que o foco deste capítulo seja nelas, leva-se em consideração as diversas ideias e conceitos que podem ser aplicadas e observadas em outras formas de manifestações culturais como música, cinema, literatura, dança, entre outros.

1.1.O ideal

Após uma breve tentativa de descrição do artista, concentra-se agora na motivação por trás do ser artista, ou seja, seu discurso, aquilo a que ele é defensor. Claro que artistas mudam de ideias, convicções e adaptam seus discursos, ora por meio da sua produção ora pelas ideias que defendem e propagam. Entretanto, parece existir uma ideologia comum por trás do meio artístico. Quase como uma figura divina, uma ideologia sacramental, um teorema irrefutável, um norte invisível. Para desenvolver o assunto é relevante considerar o conceito de obra aberta, estabelecido pelo filósofo italiano Umberto Eco (2016). Eco usa o termo pela primeira vez em 1962.

Primeiramente e fundamentalmente, a obra aberta, segundo Eco (2016), é um modelo hipotético e de forma alguma tem um caráter delimitador ou categorizador. “O modelo de obra aberta que assim obtivemos é um modelo absolutamente teórico independentemente da existência factual de obras definíveis como abertas.” (p. 52) A obra aberta é um apontamento da arte contemporânea. Ela indica um processo implícito do universo artístico contemporâneo, enfatizando não apenas como os problemas artísticos são resolvidos, mas sim como estes são apresentados. A obra aberta é uma “categoria explicativa elaborada para exemplificar uma tendência de varias poéticas” (p. 49). Por se tratar de um processo, essa existe em diferentes modos e contextos. Para torná-la explícita é necessário um processo de abstração e, justamente, por ser abstrata não está presente concretamente. (ECO, 2016)

Segundo Eco (2016), as obras abertas são capazes de recriar a própria crise da visão a cerca do mundo que a contém, propondo então um deslocamento do homem das suas próprias energias e daquilo sobre o qual é agente, realizando

assim, por meio das formas da arte, as novas possibilidades do mundo. Nessa questão que reside o aspecto revolucionário da obra aberta.

Se a arte serve para estimular uma atitude revolucionária, então não pode deter-se para verificar as suas possibilidades formais e não pode experimentar possíveis organizações da percepção e possíveis aprendizagens da sensibilidade, mas deve somente, em palavras claras, exprimir a indignação da opressão, a esperança e a própria técnica de revolta. (ECO, 2016, p. 39)

A obra aberta “desenvolve um discurso de negação-reconstrução que encerra os tempos e chega a apresentar os protocolos imaginativos de um processo que, pelo contrário, nos outros níveis, nem sequer começou” (ECO, 2016, p. 40).

Em tais casos as obras abertas tornam-se um convite à liberdade, que exercida a nível de fruição estética, não poderá senão desenvolver-se também no plano de comportamentos quotidianos, das decisões intelectuais, das relações sociais. (ECO, 2016, p. 38).

As obras abertas possuem uma estrutura, mas quando Eco (2016) usa o termo, refere-se ao sistema de relações que ela contém em diversos níveis: semântico, sintático, físico, emotivo, estrutural, ideológico, etc. Desta forma, a obra aberta não pretende reproduzir uma estrutura objetiva, mas sim uma estrutura mais fluida e relacional.

Sobre a questão da estrutura, cabe ressaltar o problema da separação da estrutura do processo. As estruturas aparecem a partir de observações feitas de fora, por exemplo, no caso da antropologia, “foi preciso esperar pelos antropólogos para se descobrir que os fenômenos sociais obedeciam a ordenamentos estruturais.” (ECO, 2016, p. 54).

Ao considerar o modelo de obra aberta de Eco (2016), pode-se concluir que as verdadeiras obras abertas são livres e estas retratam a insatisfação dos artistas ao mundo que os rodeia. Entretanto, como o próprio autor define, é um modelo hipotético e como modelo teórico guarda alguma semelhança com a realidade, mas pode não corresponder aos fenômenos de caráter mais prático. A obra aberta é um modelo que os artistas contemporâneos têm experimentado, de forma consciente ou não. E neste sentido esta se configura mais como uma experiência utópica do artista e como qualquer utopia depende de condições perfeitas para sua realização, cenário distante de nossa existência.

Esta condição quimérica não só aparece no texto de Eco (2016), mas em diversos outros. Lipovetsky e Serroy (2015) ressaltam que o caráter educacional para a liberdade, verdade e moralidade, assim como transcendental, transgressor e absoluto da arte ainda são argumentos, mesmo quando confrontados com a realidade atual estabelecida.

Thornton (2010) levanta que a questão da motivação para arte deve ser algo mais profundo para assim se assumir uma posição superior em relação às outras formas de cultura, e afirma isso mesmo depois de expor os meandros do meio artístico. A autora coloca também que a arte funciona quase como um refúgio para os ateus. Ela chama atenção para aqueles devotos que encaram a arte como um “canal existencial” (p. 14) e evoca o pintor anglo-irlandês, Francis Bacon, para afirmar a posição do artista como um provedor dessa conexão.

O artista Francis Bacon disse um dia que, quando o <<Homem>> se apercebe de que é simplesmente um acidente no sistema maior das coisas, pode apenas <<entreter-se a si próprio durante algum tempo>>. Depois acrescentou: <<A pintura, ou toda arte, tornou-se agora totalmente um jogo através do qual o homem se distrai a si próprio... e o artista tem realmente de aprofundar o jogo para ser bom.>> (THORNTON, 2010, p. 14).

Thornton (2010) ainda coloca que apesar da “originalidade nem sempre é recompensada” “alguns correm realmente riscos e inovam, o que confere uma boa razão de ser aos restantes”. (p. 15)

Para Cauquelin (2005) mesmo considerando a contemporaneidade, o ideal de arte como progressão, transgressão, ruptura, da arte pela arte e arte como promotora de novos sentidos, ainda é perseguido.

A ideia, por exemplo, de uma continuidade ao longo de uma cadeia temporal marcada pela inovação: a velha noção de progresso, que embora em geral contestada no domínio da arte, prossegue perseverantemente seu caminho (como prova: as vanguardas, a noção de progressão), a ideia de arte em ruptura com o poder instituído (o artista contra o burguês, os valores da recusa, da revolta, exilado da sociedade), a ideia de um valor em si da obra, valendo para todos (a autonomia da arte, desinteressada, suspensa nas nuvens do idealismo), a ideia de comunicabilidade universal das obras baseada na intuição sensível (a questão do gosto, ao qual todos têm acesso), a ideia do ‘sentido’ (o artista dá sentido, abre o mundo, expõe à vista a verdadeira natureza das coisas, “a natureza se serve do gênio para dar suas regras à arte” dizia Kant). (CAUQUELIN, 2005, p. 17 e 18).

O'Doherty (2002) no posfácio do seu livro, *No interior do cubo branco – A ideologia do espaço da arte* destaca a importância do papel de um idealismo.

Todo sistema interpreta a natureza humana segundo suas aspirações, mas considerar os piores traços da nossa natureza, ou disfarçá-los, é o atrativo essencial de toda ideologia. Ela nos convence da ideia de que somos melhores do que somos. (O'DOHERTY, 2002, p. 132 e 133)

O autor chega a criticar o idealismo utópico que norteia o meio artístico quando coloca que “atribuir força moral a um objeto vendável e como vender indulgência, e nós sabemos das reformas que isso provocou.” (O'DOHERTY, 2002, p. 133).

Este idealismo no meio artístico parece muitas das vezes como condição necessária para pertencimento do mesmo. Claro que alguns de fato acreditam, outros são mais atentos à realidade e se disfarçam para caberem dentro da convenção.

Se o mundo da arte partilhasse um princípio, seria provavelmente o de que nada é mais importante do que a própria arte. Alguns acreditam realmente nisto; outros sabem que é uma convenção. (THORNTON, 2010, p. 13)

1.2. A exposição

Na introdução do seu livro *The Artist in the Modern World: A Conflict Between Market and Self-Expression* de 1997, Bättschmann cita a primeira vez que o assunto em questão, a relação entre o artista moderno e o processo expositivo ou exposições, foi nas cartas escritas entre Henry Fuseli, pintor suíço, e seu mecenas William Roscoe em 1790. Nas cartas, Fuseli cita o pintor americano Benjamin West, quando fala sobre sua carreira como artista. Na citação, West diz que para se atingir o sucesso como artista, nos Estados Unidos, naquela época, existiam apenas duas maneiras, vender para o rei ou criar algo novo.

Segundo Bättschmann (1997), as cartas de Fuseli descrevem a transformação na sua carreira, de trabalhador da corte para um artista de exposições públicas. A mudança de paradigma ocorreu na segunda metade do século XVIII, majoritariamente na França e Inglaterra. Neste período, o artista que participa de exposições se firmou como corrente principal substituindo, em parte, aqueles que trabalhavam para a corte ou que vendiam para o mercado diretamente do estúdio. Essa mudança só foi possível com a institucionalização das exposições e com o aparecimento de um novo público para o mercado de arte. Novas figuras, tão

comuns no meio artístico atual, emergiram nessa época como a figura do crítico de arte. Mecenas, príncipes, endinheirados e até a igreja reconheceram a formação de um público voltado às exposições e emprestavam suas obras para exibição antes de guardá-las nas suas coleções. De acordo com Bättschmann (1997), as exposições tornaram-se o principal critério para o julgamento do sucesso dos artistas e para atrair possíveis compradores e patrocinadores.

Bättschmann (1997) ainda afirma que o desenvolvimento das exposições, de eventos anuais em feriados para o único meio dos artistas apresentarem seus trabalhos, a criação de um público e uma crítica, e a orientação dos artistas para expor seus trabalhos foram as mudanças mais relevantes no mundo da arte desde a Renascença. Artistas, a partir desse momento, tinham que legitimar e financiar seus trabalhos em uma competição pública. Artistas de estúdio trabalhavam sob encomenda e ajustavam seus trabalhos para as novas demandas dos mecenas e as exigências do mercado. Já aqueles que apresentavam seus trabalhos em exposições, trabalhavam por sua própria conta corriam riscos e estavam sujeitos a um julgamento de uma audiência desconhecida.

O aumento da participação de artistas em exposições e a importância das mesmas como veículo de promoção destes dá início a um processo de questionamento em que artistas poderiam ser corruptíveis por dinheiro, pelo gosto das massas e a pressão para alcançar o sucesso no mundo das artes. Para Bättschmann (1997), a questão levantada, é como este meio de apresentação e reconhecimento afetaria a própria imagem daqueles e os seus trabalhos.

Outro ponto a destacar é como as novas configurações do sistema da arte serviriam de inspiração para o próprio trabalho artístico. Isso fica evidente para o autor à medida que o papel e as características das exposições foram se alterando ao longo do tempo. No século XVIII o conceito de exposição é estabelecido, no séc. XIX a exposição em si já pode ser considerada como trabalho artístico e no séc. XX a obra de arte vista como específica para exposição.

Ao longo dos séculos, o modelo de exposição pode ter se alterado, mas ainda permanece como principal veículo para os artistas apresentarem seus trabalhos ao público e assim, com sorte, adentrarem no circuito artístico.

Segundo Poinot (1986), por mais que outros meios de apresentação tenham se desenvolvido ao longo dos anos, historicamente eles falharam não conseguiram

se estabelecer de maneira duradoura. “Contemporary art come to us through the medium of the exhibition.” (p.39).

As exposições são o canal entre aquilo que os artistas querem dizer e aquilo que o público quer ouvir, também são o principal meio do qual os artistas dispõem para apresentarem seu trabalho para o mundo. Entretanto, as exposições são organizadas, em sua maioria, por dois grupos de agentes fundamentais no mundo das artes, as galerias, e os museus e as instituições. Existe ainda a possibilidade da realização, por outros grupos, como por exemplo, um conjunto de artistas em espaços independentes, por curadores independentes, ou por colecionadores que gostariam de apresentar sua coleção, apesar de que em muitos casos um museu ou galeria toma frente da exposição, caso as obras a serem expostas sejam de relevância; entre outros. Entretanto, essas exposições representam uma minoria menos relevante ao considerar o mercado de arte mundial.

Com o desenvolvimento dos campos artísticos no século XX, o limite entre o que pode ser categorizado como arte ou não foi cada vez mais se estreitando. As exposições passaram, então, a aproximar a arte livre da arte aplicada, as belas artes aos trabalhos manuais, além da introdução de objetos do uso comum a fim de se testar a elasticidade das instituições e conceitos. Hoje, qualquer objeto ou atitude pode ser chamada de arte e qualquer um pode se intitular artista, porém a distinção entre o que é arte e o que não é, ainda existe e é evidente. A questão levantada por Bāshmann é como o processo de seleção ou separação do que é ou não é arte acontece? (BÄTSCHMANN, 1997)

1.3. Estratégias

A exposição, então, se apresenta como principal meio de apresentação do trabalho artístico e como esta é organizada, em sua maioria, por outros agentes, os artistas dependem desses para proliferação das suas ideias. Thornton (2010) descreve que uma boa obra é resultado não somente da sua criação, mas sim dos esforços dos agentes envolvidos no circuito artístico.

Desta forma, artistas podem adotar comportamentos e estratégias para articulação no meio artístico com intuito de propagar suas ideias. Thornton (2010) coloca que apesar do ideal transgressor, libertário e não convencional, a autora coloca que o meio artístico é permeado de conformidades. Os artistas, então, podem

adotar determinadas condutas com o propósito de entrar nessas conformidades, ou seja, eles são capazes de construir discursos, obras e a si mesmos para atingir maiores níveis de prestígio. “Artistas fazem trabalhos que <<se parecem com arte>> e comportam-se de formas que reforçam estereótipos.” (THORNTON, 2010, p.15).

Para Greffe (2013) é difícil desvincular a produção de arte contemporânea com as demandas de mercado, entenda-se aqui não somente o mercado de arte no sentido puramente econômico de compra e venda, mas sim a demanda do público. Ao mesmo tempo que a autonomia do artista tem como hipótese uma “demanda solvente”, os sinais e mecanismos estabelecidos no sistema da arte apontam para uma relação entre oferta e demanda.

Ora, o paradoxo do artista contemporâneo é que, depois de ter reivindicado a autonomia de sua arte, ele seja levado a valorizá-la junto a forças *a priori* anônimas, e sobre as quais se pode perguntar se lhe oferecem as desejadas perspectivas de valorização. (GREFFE, 2013, p. 112)

Greffe (2013) também salienta para a necessidade dos artistas que desejam manter sua autonomia, em gerarem demanda para sua oferta, “sobretudo com auxílio do *marketing*”.(p.112) O autor ainda levanta a questão que essa obrigação exógena, que parece estranha ao meio artístico, ainda continua a preponderar no meio, uma vez que não só do seu talento artístico depende a sua carreira . Assim, “sempre foi dito que a situação deles não iria melhorar por causa de seu talento, mas sim pelo número de pessoas em boa condição financeira que pudesse comprar suas obras”. (p. 112)

O paradoxo entre o ideal artístico e o fato de artistas tomarem atitudes e produzirem obras com propósito de aceitação é o ponto de partida para melhor entendimento do papel do circuito sobre estes. Cabe, então, descrever e observar algumas das estratégias adotadas pelos artistas.

Greffe (2013) descreve como estratégica artística a escolha entre os gêneros artísticos. À primeira vista, parece uma visão simplória e sem grande impacto seja pelo ponto de vista da condução de carreiras, seja pelos caminhos que se desenrolam as artes e o circuito artístico. Segundo o autor, o artista além de escolher entre atividade não artística e artística, pode também escolher dentro da atividade artística qual gênero ou gêneros trabalhará, o que terá impacto tanto na disseminação das suas ideias, mas também na sua remuneração. A linguagem que decide empregar no seu trabalho artístico, tem impacto na recepção deste. Segundo

Grefe (2013), artistas com linguagem mais inovadora, de vanguarda, tendem a ser menos compreendidos por seus contemporâneos. Entretanto, estes tendem a ter uma maior satisfação com seu trabalho do que aqueles que trabalham no gosto médio, ou seja, artistas que agradam o público em geral. O autor, então, levanta a questão “O que será, então, que leva um artista a escolher a vanguarda ou, pelo contrário, a escolher as formas de expressão mais conhecidas pelo grande público?” (GREFFE, 2013, p. 129).

Segundo Grefe (2013), artistas já estabelecidos e com condições melhores para produzir e expor seus trabalhos tendem a arriscar mais em estabelecer uma linguagem de vanguarda. Assim sendo, aqueles que não pertencem a esse grupo, procuram satisfazer às necessidades do público. Ponto interessante levantado pelo autor é a coexistência e interpolação dos dois gêneros extremos, a arte de vanguarda e a popular, e isso pode ser observado não somente quando se nota o ambiente como todo, mas nas obras de um mesmo artista.

O artista que, desde o começo, está situado diante das preferências do consumidor médio pode mudar ligeiramente suas escolhas, pois o tamanho do mercado permite, de algum modo, que ele cubra seus custos. O artista que, desde o começo, está situado em uma posição de vanguarda pode, com um ligeiro desvio de suas escolhas artísticas, recuperar rendas substanciais que deixarão, assim, que ele cubra seus custos. Quanto maior o tamanho do mercado, menos dramática será a decisão e mais artistas irão escolher posições intermediárias entre “cultura popular” e “vanguarda”, o que explica a coexistência dos gêneros artísticos. (GREFFE, 2013, p. 131).

Anderson; Reckenrich; Kupp (2013) propõe uma abordagem pouco usual no meio artístico, ao observar os artistas e seus trabalhos não à luz da história da arte, da estética, etc, mas sim de um ponto de vista estratégico. Assim, os autores descrevem justamente as posturas e ações adotadas por artistas de sucesso a partir de uma análise estratégica, beirando o comercial e o empresarial.

Talvez a figura viva, no meio artístico contemporâneo, mais icônica sobre o assunto seja o artista Damien Hirst. O britânico ganhou notoriedade graças ao apoio do galerista Charles Saatchi, porém maiores detalhes sobre a relação de Hirst e Saatchi são relatados no segundo capítulo deste trabalho quando é apresentada a questão dos circuitos artísticos e a relação entre eles. Por enquanto, foca-se nas outras estratégias adotadas por este que levaram-no ao êxito no seu meio.

Segundo Anderson; Reckenrich; Kupp (2013) para entender as posturas tomadas por Hirst pode se partir do modelo proposto por Markides (1997, apud ANDERSON; RECKENRICH; KUPP, 2013) para identificar novas oportunidades de inovação estratégica dentro de uma empresa. Este propõe três perguntas:

1. **Quem** são os clientes que no momento não estamos enxergando?
2. **Quais** são os produtos e serviços que não estamos percebendo?
3. Estamos cegos para novas **formas** (“**como**”) de conduzir nossos negócios? (ANDERSON; RECKENRICH; KUPP, 2013, p. 60, grifo do autor).

A primeira pergunta foi levantada por Hirst e Saatchi quando observaram que no mercado de arte, no final do século XX, existia um novo tipo de cliente que não era tradicional. Essa nova massa de clientes era atendida de forma lenta pelos agentes do circuito artístico. Boa parte deles eram provenientes de mercados emergentes, como Oriente Médio e Ásia, e sua relação com a arte não era focada no prazer, mas sim na questão comercial, compravam pensando no retorno quando decidissem revender. Entretanto, para estabelecer um retorno garantido sobre as obras, Hirst observou, assim como acontece em qualquer produto, era necessário construir uma marca sólida e foi isso que ele fez. (ANDERSON; RECKENRICH; KUPP, 2013).

Sobre a segunda questão, Hirst trabalhou o caráter tradicional do meio artístico e, principalmente, do mercado de arte e a necessidade que se tinha de apresentar algo novo. Até o final do século XX, ainda observava-se a arte de uma maneira muito estreita, mesmo depois de todos os movimentos vanguardistas dos anos 60 e 70, o meio artístico precisava de novas “imagens, símbolos e sinais que compradores reconhecessem como únicos, independentemente, de sentirem atração por eles.” (ANDERSON; RECKENRICH; KUPP, 2013, p. 61) Mais do que construir um conjunto de obras sólido, Hirst tinha como objetivo estabelecer uma marca própria e foi bem sucedido nisso. Utilizou-se de materiais pouco usuais, polêmicos e provocativos para época, como animais mortos. Ele tinha consciência que ter uma imagem provocativa traria benefícios uma vez que estivesse estabelecido no meio. Ainda jovem fez a seguinte declaração na mostra organizada por ele chamada *Freeze* em 1988.

“Não vejo a hora de atingir uma posição em que possa produzir obras artísticas verdadeiramente malvadas e me dar bem com isso. No momento, se eu produzisse determinadas coisas, as pessoas olhariam, avaliariam e

então diriam ‘sai fora’. Porém, depois de algum tempo a gente consegue se dar bem.” (ANDERSON; RECKENRICH; KUPP, 2013, p. 62).

Para responder a última pergunta do modelo proposto por Markides (1997, apud ANDERSON; RECKENRICH; KUPP, 2013), Hirst envolveu-se com outras áreas do meio, não se contentando apenas com a sua posição de artista, contestou-a e também o *status quo* deste. Desta forma, contestou como as obras eram expostas, para isso atuou como curador; questionou a forma tradicional em que as obras eram comercializadas, fez isso quando ofertou suas obras em um leilão, sem que passassem pela galeria que o representava.

Outra figura emblemática e polêmica no uso de estratégias para alcançar reconhecimento é Jeff Koons. Koons no início de sua carreira para manter sua autonomia, como diversos artistas fazem, teve um emprego como corretor de *commodities* para financiar sua produção. Seu emprego permitiu entender o mecanismo básico de mercado, como oferta e demanda estabelecem o preço. A partir daí, Koons “considerou a produção artística, além da criação de ideia, um investimento indispensável para oferecer um alto nível de qualidade de produção em sua obra” (ANDERSON; RECKENRICH; KUPP, 2013, p. 127), que culminaria como um dos principais fatores para seu sucesso.

Para entender como Koons se estabeleceu como um dos principais artistas a partir do final dos anos 70, Anderson; Reckenrich; Kupp (2013) recorre aos três enredos universais utilizados por líderes para ganhar público desenvolvido pelo sociólogo Howard Gardner (1996, apud ANDERSON; RECKENRICH; KUPP, 2013).

Quem sou – De que modo as experiências de vida moldam minha individualidade e minha personalidade.

Quem somos – Demonstra os valores e comportamentos de um grupo.

Para onde estamos indo – explica o que é novo e cria uma sensação de entusiasmo pela direção escolhida. (ANDERSON; RECKENRICH; KUPP, p. 128, grifo do autor).

O “quem sou” na carreira de Koons se refere às experiências pessoais por ele compartilhadas, assim como os seus interesses. A definição do “quem sou” começa pela sua paixão por arte desde a infância, nesta ocasião percorria de porta em porta para vender sua arte. Seu primeiro emprego no Museu de Arte Moderna de Nova York (MOMA) e as dificuldades que enfrentou para montar seu primeiro estúdio, tudo isso reforçou sua imagem como artista. Em diversas das suas exposições, baseadas

em séries, ele compartilhou seus valores pessoais e seus interesses, estabelecendo um diálogo mais íntimo com o público.

Na obra *Banality*, comecei a definir de uma maneira bem mais específica quais eram meus interesses.

Essas imagens são aspectos de mim mesmo, mas a história cultural de todas as pessoas é perfeita. Ela pode ser qualquer coisa além do que é – é uma perfeição absoluta. *Banality* representava a disposição em abraçar isso. (ANDERSON; RECKENRICH; KUPP, 2013, p. 143 e 135).

Na dimensão do “quem somos”, Koons em todas suas séries estabelecia alguma forma de contato com grandes obras e nomes da história da arte. A estratégia de se ligar a grandes nomes foi fundamental para estabelecer sua posição no mais alto escalão da arte. (ANDERSON; RECKENRICH; KUPP, 2013).

Ele citou Piet Mondrian, e se firmou na tradição da arte pronta de Marcel Duchamp. Na série *Made in Heaven*, ele recorreu a artistas renascentistas, como Masaccio e sua obra *A Expulsão do Paraíso*, e ao escultor do século XVIII Canova e sua famosa obra *Pisquê Revivida pelo Beijo de Eros*. A pintura *Lips (Lábios)*, da série *Easyfun-Ethereal*, em algumas partes era bem semelhante ao retrato de Mae West, de Salvador Dali. (ANDERSON; RECKENRICH; KUPP, 2013, p. 143).

Por último na esfera “para onde estamos indo” Koons utilizava-se das suas referências à história da arte e adicionava sua abordagem criativa, sugerindo novos caminhos para a arte. Sua série *Inflatables* faz referência a pop art, mas mescla com conceitos do *ready made* de Duchamp, deste modo aponta não só para uma nova interpretação de correntes fortes e influentes na arte, mas calcava diretrizes para novas possibilidades. (ANDERSON; RECKENRICH; KUPP, 2013).

Claro que esses foram apenas dois exemplos dos milhares que poderiam ser descritos, muitos artistas acabam por desenvolver estratégias para divulgação e propagação do seu trabalho, seja de forma inconsciente ou em plena sabedoria de onde querem chegar e qual caminho necessário para tal. O conteúdo das estratégias em si, não é de suma importância para este trabalho, a exemplificação das estratégias funciona mais como uma ilustração. O ponto importante é o simples da sua ocorrência e o fato de existirem estudiosos, fora do meio artístico, interessados no assunto mostra sua importância.

Para além das estratégias ligadas diretamente às obras e à imagem do artista, seu relacionamento social talvez seja o fator mais preponderante na

construção de uma carreira de sucesso. Sua relação com os agentes do circuito artístico e como o artista é inserido nele são pontos fundamentais para consolidação do seu nome, este tópico é trabalhado no capítulo seguinte.

2. O CIRCUITO DAS ARTES PLÁSTICAS

O circuito das artes plásticas, em poucas palavras, é o intermédio entre o ateliê e o espaço expositivo. O circuito artístico compreende uma complexa rede sociocultural, onde agentes e eventos atuam de forma cooperativa para a viabilização da criação, distribuição, mediação dos artistas e de suas obras. O circuito artístico é, também, aquele responsável pela legitimação dos trabalhos artísticos, dentro e fora do próprio circuito, e na solidificação de carreiras.

O circuito da arte pode ser dividido, por alto, em duas grandes esferas, o mercado de arte e o meio institucional. O mercado de arte consiste na rede social em que a principal motivação dos agentes é o interesse econômico. Neste as obras são tratadas como um bem comercial e transacionável, saindo das mãos do artista para terceiros que podem ser galeristas, *marchands* ou colecionadores, institucionais ou não, públicos ou privados. Já o meio institucional também constitui de uma rede social, porém este é composto por agentes e lugares onde o cunho social da arte é mais evidente.

Não há interesse neste trabalho em esmiuçar o circuito da arte contemporânea e descrever detalhadamente cada agente, mas sim abordar os pontos relevantes que são capazes de influenciar a criação e a experiência artística. Ou seja, como o circuito artístico é capaz de enviesar o processo de criação dos artistas e a experimentação do público ao se defrontar com um objeto ou acontecimento artístico.

2.1. O mercado de arte e seus agentes

O mercado de arte é a componente econômica e comercial por trás do circuito artístico. Segundo Quemin (2014), no seu ensaio intitulado *Evolução do mercado de arte: internacionalização crescente e desenvolvimento da arte contemporânea*, este pode ser dividido em três segmentos. O primeiro seria o que o autor chama de “cromos” ou de “quadro por dúzias”, o qual é caracterizado por representações figurativas e responde ao gosto majoritário e pode ser observado em diversos países. Neste segmento, o objeto artístico se aproxima dos bens de consumo corrente. Para além desta primeira divisão, segundo o autor, o mercado de arte se divide em mais dois segmentos, na parte mais legítima, entre arte antiga e arte contemporânea. (QUEMIN, 2014)

O mercado de arte antiga já possui seus valores estabelecidos, sejam eles estéticos ou financeiros, mesmo que sofra oscilações devido a mudanças de gostos e modismos. A presença em grandes museus, a importância que esses artistas tiveram para as outras gerações, estudos e teorias dedicados aos seus trabalhos, tudo isso contribui para ratificar a legitimidade dos artistas do passado.

O mercado de arte contemporânea é caracterizado pelo oposto da arte antiga, quer dizer, seus valores estéticos e financeiros ainda não estão consolidados e, por isso, são motivos de incerteza.

Melo (2012) em seu livro *Sistema da Arte Contemporânea*, apresenta de maneira simplificada o sistema desta, dividindo-o em três dimensões: uma dimensão econômica, uma cultural e outra política. As três não constituem elementos isolados e sua interligação é o que compõe o sistema da arte contemporânea, porém é possível sua separação para efeito de estudo e análise. (MELO, 2012) As três partes que o compõe são de extrema relevância, mas neste capítulo será dada ênfase à dimensão econômica.

A questão econômica por trás do sistema da arte contemporânea estabelece a obra de arte como mercadoria, como um produto “de um processo econômico de produção, circulação e valorização” (MELO, 2012, p.12) como qualquer outro. Dentro da dimensão econômica, três pontos são fundamentais: produção, distribuição e consumo. Pode-se afirmar que a produção é a atividade de responsabilidade do artista; a distribuição fica a cargo dos diferentes tipos de vendedores, como galeristas, *marchands*, que atuam como intermediários em eventos particulares como leilões e feiras de arte; e, finalmente, que o consumo se relaciona ao maior ou menor interesse dos compradores, colecionadores privados ou públicos, particulares ou institucionais em adquirir o objeto artístico. (MELO, 2012). Melo (2012) não considera o público no sentido mais abrangente como consumidor final na dimensão econômica, uma vez que seu papel mais significativo é dado em outra estância. A seguir será dado destaque ao processo de distribuição das obras, será abordado como a obra sai das mãos do artista e chega ao consumidor final e será discutido e apontado os principais elementos na comercialização destas.

2.1.1. O mercado

Como já assinalado anteriormente, no escalão da arte de maior relevância e legitimidade, o mercado de arte não é umânsono. Este pode ser dividido em diferentes tipologias de acordo com: as obras negociadas, mercado de arte antiga e mercado de arte contemporânea; o modelo de negócios, mercado primário e secundário; ou ainda pela sua abrangência, mercado local ou internacional; havendo ainda outras formas de segmentação deste. (QUEMIN, 2014)

No que diz respeito à arte contemporânea, a primeira divisão a ser considerada é entre o mercado primário e secundário. Aquele consiste no grupo de galerias que representam artistas e obras que estão sendo comercializadas pela primeira vez. Enquanto o mercado secundário é caracterizado pela presença de escritórios de arte, galerias e casas de leilão onde as obras já não são mais inéditas, ou seja, é no mercado secundário que acontece a revenda de obras que já foram comercializadas anteriormente.

Dentro do mercado primário os principais agentes de destaque são os artistas, as galerias e os colecionadores. Neste, o artista produz as obras que, por sua vez, são apresentadas e vendidas ao público pela galeria que o representa. A partir deste momento, cabe à galeria ou ao *marchand* tratar das transações com os compradores de arte, estes podem ser colecionadores privados, instituições privadas ou públicas, casas leiloeiras, entre outros. Esta representa a forma mais comum de comercialização no mercado primário, mas deve-se considerar também as transações em que não há a participação de um intermediário, e assim o artista dialoga diretamente com seu comprador. Desta forma, a comercialização do mercado primário pode acontecer nos estúdios dos artistas, nas feiras de arte e nas galerias.

Participam do mercado primário, jovens artistas em início de carreira e artistas já consagrados. Por esse motivo os preços são mais voláteis e incertos, principalmente no caso dos artistas mais novos. Neste segmento de mercado é papel fundamental das galerias, *marchands* e críticos em afirmar a qualidade do trabalho apresentado de forma a reduzir os riscos aos compradores. A dificuldade apresentada nessa situação eleva os custos de transação, devido ao maior tempo despendido e às comissões cobradas por especialistas contratados. Sendo assim o

mercado primário implica num grau de risco significativo aos envolvidos. (SIMÕES, 2016).

Já o mercado secundário, como já dito, concentra-se na revenda de obras e seus principais agentes são os leiloeiros (casas de leilões), os *marchands* e os colecionadores (privados, corporativos ou institucionais). Os intermediários, leiloeiros e *marchands*, recebem obras de diferentes colecionadores em consignação e intermediam a venda, ganhando um percentual sobre o valor negociado. (QUEMIN, 2014). O mercado secundário, então, só interessa aos seus participantes diretamente envolvidos, ou seja, os artistas e galerias protagonistas no mercado primário não possuem participação ativa, ainda que possam ser impactados pelo mercado secundário.

Já o mercado secundário, segundo Virgílio Garza, “tem primeiramente o compromisso com seus consignatários”, ou seja, o que se busca é uma boa venda, que gere lucro para quem consigna, assim como para a casa de leilões que fica, via de regra, com uma comissão de 10 a 20% do valor de venda. (FIALHO, 2011)

Como o mercado secundário consiste no comércio de obras, que já possuem seu reconhecimento artístico e financeiro, o foco é o lucro e a maximização de preços.

Em alguns casos o mercado secundário apresenta riscos que não são tão evidentes como no mercado primário, principalmente, para os artistas. Se um artista ainda jovem, com poucas representações em coleções institucionais e de renome, tem sua obra vendida no mercado secundário a elevados preços, isto pode resultar numa situação em que as instituições onde este artista gostaria de estar, já não sejam mais capazes de comprar suas obras, cabendo a estas recorrer ao setor privado. A elevação do preço das obras de um determinado artista no mercado secundário pode, também, criar expectativas que pressionam o mercado primário e a um aumento rápido da produção, o que nem sempre é benéfico para a sua produção, no tocante à qualidade da criação. Outro efeito é que outros colecionadores podem querer se desfazer de sua obra em troca de lucro rápido, gerando assim um aumento na oferta e desequilibrando os preços. (FIALHO, 2011)

Apesar do mercado primário e secundário se situarem em diferentes esferas e com propósitos distintos, atuam de forma interdependente, mas possuem funções complementares. O mercado secundário ratifica os preços, além de oferecer liquidez

para o colecionador. Sendo assim, quanto mais dinâmico for o mercado mais seguro para os colecionadores. Além de estimular estes a correrem riscos em investimentos mais arriscados no mercado primário, responsável pela renovação e expansão da oferta, o que acaba por alimentar o mercado secundário. (QUEMIN, 2014)

Ao que concerne a este trabalho, será dada mais atenção ao mercado primário e seus agentes, uma vez que estes podem ter maior influência sobre o artista e, por conseguinte, sua criação. Desta forma, cabe resaltar e desenvolver melhor o papel dos agentes e eventos neste setor, para assim detectar seus pontos de intersessão com a criação artística.

2.1.2. As galerias

As galerias exercem um papel além da simples comercialização, caráter econômico, das obras de artistas por ela representados. A galeria também é responsável pela apresentação e promoção do trabalho do artista, daí seu caráter mais cultural. Segundo Melo (2012), o maior peso entre a componente cultural ou econômica depende do tipo desta.

A galeria, em geral, que estabelece o diálogo entre o artista e os outros participantes pertencentes à parcela mais elevada no processo de legitimação dentro do circuito artístico, como colecionadores, curadores, críticos, consultores, diretores de museus e instituições, entre outros.

Segundo Melo (2012), as galerias diferem entre si das mais variadas maneiras. A primeira e principal divisão seria pela sua importância econômica, galerias que possuem uma maior ou menor relação com mercado e colecionadores. Esta não corresponde ao nível cultural, sendo assim, galerias que pertencem ao mesmo nível econômico podem ter diferentes graus e prestígio cultural. (MELO, 2012)

Uma segunda distinção possível é o posicionamento cultural da galeria. Entretanto, a separação entre galeria comercial e não comercial “foi afastada pela conscientização que todas galerias são comerciais”. (MELO, 2012, p.43). Desta forma, galerias podem ter uma dominante mais mercantil ou mais cultural.

As galerias de dominante puramente mercantil tem como objetivo vender as obras ao bom preço, sem grandes preocupações com a valorização cultural e teórica. Elas são desde galerias para decoração de interiores até as que vendem a

atacado para grandes corporações. Já aquelas de maior dominante cultural procuram, além de vender as obras, promover culturalmente e teoricamente suas obras e artistas representados. Estas estabelecem relações com críticos, investigadores, estudiosos, diretores de museus, entre outros formadores de opinião do circuito artístico e procuram também que suas obras e artistas estejam presentes em coleções de maior prestígio cultural. (MELO, 2012).

Melo (2012) ainda faz três distinções tendenciais entre as galerias de acordo com o perfil dos artistas por elas representados. Um grupo de galerias, denominadas revelações, o foco é a descoberta e revelação de novos talentos e de acordo com o autor, são galerias mais novas, com bom relacionamento no meio artístico e na sua camada mais jovem, porém sofre com uma limitação de poder econômico.

Galerias de atualidade são aquelas que representam artista que estão em ascensão e sendo comentados no meio artístico. Estas tem melhor poder econômico e cultural que a citada anteriormente, uma vez que possuem melhor diálogo com as mais altas esferas do circuito artístico. Transitam com velocidade por este meio e possuem uma boa capacidade de atrair artistas, desta forma são capazes de perceber a tempo quais artistas estão em destaque ou que virão a ser no futuro próximo.

Já as galerias de consagrados estão no topo do circuito galerístico, sendo assim as de maior poder econômico e prestígio cultural. Elas representam um ponto de chegada para artista em processo de consagração. Ao alcançar estas galerias, o artista chega, muitas vezes, ao cume da sua carreira e sua consagração já é irreversível.

Essa distinção de fato é simplista, uma vez que certas galerias trabalham com artistas em diferentes posições em suas carreiras, porém pode-se observar uma tendência em cada uma delas.

Outra divisão é a abrangência geográfica das galerias, em que seu escopo de trabalho pode ser local, regional, nacional ou internacional.

Para além da comercialização das obras, as galerias têm como principal função a representação do artista, ou seja, elas atuam tanto no segmento comercial do artista, como nas diversas esferas que permeiam a carreira desse, como relações públicas, financiamento, entre outros. Segundo Fialho (QUEMIN, 2014), entre as atividades da galeria estão:

o arquivamento e documentação das obras, financiamento e produção de obras, edição e apoio a publicações, organização de exposições individuais, participação em feiras, realização de parcerias nacionais para posicionar o trabalho de artistas representados, apoio à participação em exposições institucionais, acompanhamento crítico de produção. (QUEMIN, 2014, p.53).

Ferreira (2016) também coloca em destaque o papel das galerias na sedimentação da carreira de um artista. As exposições por ela realizadas podem contar com uma breve crítica, assinada por críticos de arte reconhecidos e legitimados, sendo que algumas ainda podem produzir catálogos e livros ajudando a divulgar as obras e os artistas de forma mais duradoura.

Fialho ainda destaca que uma das principais atividades da galeria é a organizações de exposições, momento em que se concentra esforços para obter visibilidade e assim promover a comercialização de obras dos artistas representados. (QUEMIN, 2014). Os esforços para obter visibilidade nem sempre resultam diretamente em vendas no primeiro momento, mas podem atrair a atenção de curadores e representantes de instituições para que assim seus artistas tenham respaldo institucional, além de colecionadores de maior renome que, assim como as galerias, estampam seu selo de prestígio aos artistas que admira. (FERREIRA, 2016).

Para encerrar o breve descritivo das atividades das galerias, estas participam das feiras de arte, evento no qual um conjunto de galerias expõem seus artistas em um determinado espaço e tempo de forma a atrair compradores.

2.1.3. As feiras de arte contemporânea

As feiras de arte são eventos caracterizados pela reunião, em um mesmo espaço e por um determinado período, de um conjunto de comercializadores (galerias, *marchands*, casas de leilões, entre outros) e compradores. As feiras não são novidade no circuito da arte, existindo desde a Exposição Universal de Paris em 1889, porém foi nos últimos 20 anos que estas ganharam destaque, sendo um dos modos mais eficazes de aumentar as vendas das galerias.

As feiras, por se tratarem de eventos, puramente, comerciais, no qual galerias expõem seus conjuntos de obras em diversos de *stands*, têm uma função estético-artística muito reduzida. (MELO, 2012) Em geral, as galerias levam consigo aquilo

que consideram mais relevante em termos comerciais, em geral, artistas e obras mais representativas e de maior atratividade para as vendas. Assim sendo, não há nenhum compromisso na construção de um discurso ou nem mesmo na experimentação artística pelo público. Segundo Melo (2012), as feiras apresentam um caráter massivo e heterogêneo, que somados à presença caótica do público, contribuem para a rápida dispersão do olhar e da atenção.

As feiras representam uma boa oportunidade de negócios para as galerias, uma vez que concentram em poucos dias um grande volume de venda. Além disso, aquelas apresentam-se como um bom canal para a promoção dessas, intensificando o relacionamento com os críticos, curadores, instituições, outros galeristas e colaboradores, como também na prospecção de artistas. As feiras apresentam um condensado, no espaço e no tempo, dos agentes que atuam no circuito artístico. A participação nelas, principalmente as internacionais, proporciona o contato com os diversos atores do mundo da arte contemporânea de diferentes países, abrindo a porta de divulgação da galeria e dos seus artistas. Para a galeria a participação em feiras de prestígio é o testamento da sua reputação, assim como para os artistas por ela representados. (QUEMIN, 2014).

Além do aspecto econômico, as feiras têm uma importante função vitrine e sinalizador da produção artística contemporânea. Melo (2012) destaca que esta função possui um duplo sentido. Primeiro as feiras, principalmente, as mais significantes, apresentam uma amostra relevante do que está se produzindo, ou, ao menos sendo vendido, permitindo uma visão panorâmica de uma determinada conjuntura. Segundo, a publicidade gerada pelas feiras atrai novas e mais amplas camadas de público, aumentando o escopo social e cultural da criação artística.

Como sinalizador, as feiras permitem, sobretudo, para o público especializado, observar mudanças em tendências; detectar quais correntes estão em declínio, ascensão ou estagnação; quais artistas estão sendo mais ou menos comentados e outras tendências. (MELO, 2012)

Como citado anteriormente as feiras de artes têm desempenhado um papel fundamental no mundo das artes, principalmente, após os anos 2000 e por isso seu número tem crescido ao longo dos anos. Em 1970, existiam apenas três feiras de arte contemporânea, em 2000, 55 feiras internacionais, um aumento significativo,

porém sete anos depois, esse número já era quase quatro vezes maior, com 205 feiras em 2008 e 260 em 2017.

Essas representam uma mudança de paradigma no mercado de arte. Em 2017, apesar de 48% das vendas realizadas no ano tenham sido por meio direto das galerias, 46% do total de vendas no mercado de arte foi realizado em feiras, sendo 30% em feiras internacionais e 16% em feiras locais. Os 6% restantes das vendas no mercado de arte compreendem as realizadas por plataformas online de acordo com o relatório *The Art Market 2018*. (McANDREW, 2018)

Segundo o relatório, a ampliação do número de feiras nos últimos anos foi uma resposta ao aumento do poder das casas de leilões. Elas são vistas como uma maneira dos comercializadores de arte colaborarem e replicarem a dinâmica apresentada nos leilões. (McANDREW, 2018)

Sobre o futuro dessas, o relatório aponta para duas vertentes. A primeira, chamada de crescimento orgânico, feiras que se desenvolveram a partir de comunidades com respaldo cultural e, geralmente, são organizadas por comercializadores e outros integrantes que possuem um conhecimento mais profundo da arte. A segunda seria um crescimento sintético, ou seja, as feiras nascem a partir de representantes da sociedade ou empresas de desenvolvimento econômico com o intuito primário de estimular e trazer benefícios à economia da região. (McANDREW, 2018)

O relatório também aponta importantes alterações resultantes da mudança de paradigma no comércio de arte. Assim como assinado por Melo (2012), segundo McAndrew (2018), muitos comercializadores têm preferido apresentar nas feiras apenas trabalhos e artistas mais comerciais, ou seja, trabalhos que resultem em um maior volume de vendas, de forma a cobrir os altos custos de participação. Apesar das feiras terem proporcionado um aumento no mercado, o ganho é apenas observado nas galerias maiores, enquanto pequenos comercializadores tem experimentado um declínio na sua rentabilidade ou, até mesmo, o encerramento das atividades, devido à queda nas vendas por meio direto das galerias.

2.1.4. Os colecionadores

Quem são os compradores de obras de arte? A resposta para a questão não se resume apenas a um tipo de agente, porém este segmento do trabalho dará

enfoque aos colecionadores privados, colocando a discussão sobre as instituições e museus para um momento posterior.

Melo (2012) propõe uma primeira diferenciação entre os colecionadores de acordo com sua motivação econômica. Desta forma, o autor sugere três distintos objetivos econômicos: “longo prazo, a reserva de valor; a médio prazo, o investimento; a curto prazo, a especulação.”(p. 52) Entretanto, esta classificação lida apenas com o ponto de vista econômico e estas motivações não são suficientes para explicar o colecionismo.

(...) para a maioria dos colecionadores são determinantes factores psicológicos agregados ao desejo e ao prazer da posse, ao fascínio da acumulação ou do convívio directo com as obras, ou ainda factores socioculturais associados à afirmação pessoal de uma imagem pública ou a um empenho cívico na valorização da vida cultural de uma comunidade. (MELO, 2012, p.52 e 53)

Melo (2012) ainda cita outras formas de segmentação que são referentes ao conteúdo das coleções. Assim como nas galerias, existe uma segmentação de acordo com:

(...) hierarquia econômica em função do poder de compra; hierarquia e segmentação cultural em função do grau de informação e da zona de gosto estético; grau de estabilidade e continuidade segundo o ritmo de compras e eventuais trocas ou vendas; vocação para revelações, actualidade ou consagrados; alcance geográfico regional ou global; opção de tendência ou eclética; relação com os artistas mais próximos e activa ou mais distante e neutra. (Melo, 2012, p.53)

Ferreira (2016) a partir de entrevistas com artistas, galeristas e colecionadores, realizadas para sua pesquisa, propõe uma interessante categorização dos indivíduos que formam o heterogêneo grupo de colecionadores. Para a autora existem três tipos de pessoas que têm interesse em adquirir obras de arte, tendo motivações diferentes para o mesmo.

Existe um grupo de compradores, que está interessado na compra destas para decoração de suas casas. Estes, segundo a autora, procuram algo de qualidade, que demonstre bom gosto. Galeristas dividem opiniões sobre o assunto, alguns defendem que arte não é decoração e outros admitem a relação desta com decoração. (FERREIRA, 2016). Além dos depoimentos recolhidos pela autora, o fato de existir uma relação entre arte e decoração pode ser corroborado à medida que muitas galerias trabalham exclusivamente com obras denominadas de arte

decorativa¹ e existem museus dedicados às mesmas, assim como feiras de arte contemporânea designam espaços reservados para representantes do design de móveis, decoração de interiores e arquitetura.

No segundo grupo apresenta-se aqueles que adquirem arte como forma de investimento. Estes procuram artistas em processo de ascensão na carreira para adquirir suas obras esperando que dentro de alguns meses ou anos, quando estes forem mais reconhecidos, possam revender suas obras com um prêmio. Muitas vezes são mal vistos pelos artistas e galeristas por tratarem a obra, simplesmente como uma mercadoria, retirando seu valor artístico. Este grupo coloca em questão a crença de que o valor artístico a frente da valorização de preços, mesmo que galerias, artistas e colecionadores ganhem dinheiro por meio da comercialização de obras. (FERREIRA, 2016)

O último grupo são daqueles que adquirem obras levados pela emoção e paixão pela arte. Estes compram, muitas vezes, por impulso e procuram entrar mais nos meandros do meio artístico. Possuem, muitas vezes, relação próxima com galeristas e artistas, e sua coleção é mais coesa. Assim como citado por Melo (2012), Ferreira (2016) também aborda o aspecto sociocultural por trás da aquisição destas obras, para alguns colecionadores elas “são provas de superioridade intelectual e de *status*; evidenciando o pertencimento a um grupo.” (FERREIRA, 2016, p. 94).

McAndrew (2018) aponta dados sobre a motivação e os fatores que os colecionadores consideram no momento de adquirir obras para sua coleção. As três principais motivações são: estética e questões decorativas, com 83% dos colecionadores entrevistados para a pesquisa destacando como fator importante, sendo que 57% deles consideram muito importante; 73% dos entrevistados apontam a paixão pelo colecionismo como expressão da sua personalidade como fator importante, sendo 44% deles consideram muito importante; 63% consideram o apoio as artes e cultura como fator importante na decisão de compra.

O processo de compra dos colecionadores muitas vezes é discutido com outros agentes do setor como conselheiros, galeristas, críticos. O processo de aconselhamento pode seguir por vias informais, conversas recorrentes com pessoas

¹Artes decorativas: denominação dada modernamente às artes aplicadas à decoração de interiores, como tapeçaria, mobiliário, cerâmica, bordado etc., incorporadas ao *design* ou desenho industrial; artes aplicadas, artes menores, artes ornamentais. Verbete: Artes decorativas (Michaelis, 2018)

do meio artístico, ou formais com consultores contratados justamente para este fim. (MELO, 2012)

Na entrevista realizada por Angélica de Moraes com João Carlos de Figueiredo Moraes, importante colecionador brasileiro com um acervo de quase mil obras e fundador do Instituto Figueiredo Feraz em Ribeirão Preto no estado de São Paulo, afirma seu relacionamento próximo com críticos e galerias, e como isso foi determinante para a composição da sua coleção. (QUEMIN, 2014)

Os críticos do júri do salão ficavam hospedados em minha casa, e tínhamos oportunidade de conversar e trocar ideias. Foi quando comecei a ter entendimento mais amplo da arte contemporânea. Eles davam dicas de artistas que eu deveria ver, lembravam a importância da trajetória de certos nomes. Foi assim que Tassinari me sugeriu ver uma exposição de Mira Schendel na galeria de Raquel Arnaud, e acabei adquirindo uma daquelas peças da famosa série *Sarrafos*.

(...)

Meu contato com os galeristas e com os críticos é uma relação de proximidade, que muito me ajudou a entender a arte contemporânea. Tinha longas conversas com Rodrigo Naves, por exemplo. Ele me deu o embasamento para eu começar a coleção, me mostrou a arte por outros ângulos de percepção, o que despertou ainda mais meu interesse.

(...)

O diálogo com os críticos de arte foi algo fundamental para mim. Eles me deram o caminho, me orientaram o olhar. (Quemin, 2014, p. 179-180)

2.2. Exibidores e o meio institucional

Além das galerias, que primordialmente tem cunho comercial, artistas contam com outras formas de exposição do seu trabalho em espaços não comerciais e que priorizam o domínio cultural. É por meio da participação dos artistas nesses espaços que firma-se a componente cultural do seu trabalho e, por conseguinte, sua competência cultural. Nesses espaços, os artistas dialogam com o público interessado, sem a preocupação comercial.

O processo de exposição, fora do ambiente comercial, envolve agentes, denominados exibidores, que tem como função a organização e escolha das obras e artistas que serão exibidos. As exposições de maior relevância são as que ocorrem nos museus e centros culturais de maior prestígio, sendo estes públicos ou privados. Entretanto, participam também deste os espaços independentes e alternativos, não

obrigatoriamente culturais, ou até mesmo em galerias desde que a concepção da mostra não tenha caráter comercial. (MELO, 2012).

Esse processo também conta com diversos agentes exibidores e para que tal aconteça cabe destacar os seguintes: diretores de museus e instituições, curadores, comissários, organizadores ou coordenadores, pessoas responsáveis ou diretores de serviços de exposições. Deve-se assinalar ainda a diferença entre aqueles que atuam de forma independente, daqueles que estão diretamente ligados à instituições. (MELO, 2012)

Os agentes independentes trabalham de forma livre, prestam seus serviços sem que haja uma relação contratual exclusiva. Eles podem trabalhar com galerias, instituições ou espaços alternativos, de forma a auxiliar na realização de exposições que reforçam “a sua capacidade de intervenção e afirmação de ponto de vista”. (MELO, 2012, p.80). Muitos exibidores trabalham também como críticos ou comentaristas, podem ser também colecionadores, galeristas fora do âmbito comercial ou agentes provenientes de outras áreas que, por interesse, atuam no circuito artístico. Suas atividades funcionam, como uma extensão de suas críticas, sendo que as exposições por eles organizadas constituem uma alternativa as mostras das galerias comerciais e possuem um caráter culturalmente mais elevado, dado que não possuem diretamente um cunho comercial. Essas ações são apropriadas, principalmente, para a revelação de novos artistas, uma vez que parte da atividade crítica dos agentes independentes é, estar atento ao aparecimento de novos valores e correntes. Além disso, as exposições realizadas por agentes independentes apresentam um canal para grupos de artistas ou contextos artísticos mais dinâmicos se manifestarem, dada a dificuldade de acesso às galerias e instituições de renome. (MELO, 2012)

Já os agentes institucionais desenvolvem e apresentam seu trabalho por meio ou em nome da instituição a qual está ligado e sua atuação muitas vezes é limitada pelos interesses e pela dinâmica de funcionamento da própria instituição. A próxima seção apresenta mais detalhadamente o papel desses agentes, assim como o contexto institucional.

2.2.1. Museus, centro culturais e demais instituições

As instituições, diferente das galerias, representam o componente cultural do circuito artístico. A participação no meio institucional é fundamental na carreira de um artista, uma vez que o espaço institucional de renome é o último degrau no processo de legitimação, pois maior é o prestígio atribuído ao artista quanto mais ele está presente nas mais altas esferas do circuito institucional.

O grupo de agentes que configura o ambiente institucional é variado desde curadores, críticos, investigadores universitários provenientes da esfera artística, até funcionários políticos e de gestão, oriundos de domínios não estritamente ligados ao campo artístico e museológico, mas que eventualmente podem ter alguma qualificação no campo cultural ou desenvolveram posteriormente algum tipo de formação na área. (MELO, 2012)

Dentro do campo institucional vale ressaltar a distinção entre as instituições privadas, mistas e públicas, em que o controle e o financiamento são distintos. Apesar da natureza jurídica não determinar o prestígio da instituição, segundo Melo (2012), tradicionalmente e em grande parte dos casos são as instituições públicas que detém a maior importância social e cultural.

Apesar das distintas motivações que permeiam as instituições, geralmente cultural, constata-se, que muitas vezes se configura um viés mais comercial na atualidade, dado o processo de transformação da cultura em uma indústria e mercado cultural.

A transformação do museu de arte contemporânea como empreendimento cultural em agregado corporativo com investidores ou diretores acionistas, ou de fato em uma instituição que tem que ser comercialmente viável, atraindo apoiadores e um público crescente por meio de exposições *block-buster* ou eventos com artistas de sucesso, significa que o espaço do museu se tornou um espaço comercial que necessita redefinir sua confiabilidade e se fazer cúmplice na invenção de carreiras e apresentações factíveis. (OGUIBE, 2004, p.12 e 13)

2.2.2. Curadores

Segundo a enciclopédia de termos artísticos da Tate Modern (2018) o curador é aquele responsável, nas galerias e instituições, pela aquisição e manutenção de obras, e pelo desenvolvimento do acervo ao qual é responsável. Ainda, segundo o instituto, é tarefa do curador organizar exposições com obras da coleção e

emprestadas, além de interpretar a coleção de forma a informar, educar e inspirar o público. Nos últimos 20 anos o papel do curador tem mudado, curadores têm atuado cada vez mais de forma independente e são convidados para organizar exposições ou propor exposições em diversas localidades, fora e dentro do ambiente galerístico ou institucional.

Segundo Oguibe (2004), foi entre os anos 70 e 90 que a figura do curador ganhou maior destaque, uma vez que acadêmicos e críticos de arte tinham cada vez menos influência na determinação da carreira dos artistas. Desta forma, o curador passou cada vez mais a “definir a natureza e a direção do gosto na arte contemporânea”. (p.7). Ainda segundo o autor, antes do período acima referido, o curador exercia um papel mais acadêmico enquanto, no período posterior, desenvolve uma atividade mais empresarial.

Antes do período mencionado, o curador era principalmente um agente provinciano com uma referência estrutural limitada, etnocêntrica, e também excêntrica, sustentada pela autoridade da qualificação e especialização acadêmica. O curador de arte contemporânea era um historiador da arte ou alguém com uma qualificação em arte, história da arte ou estética, que na trajetória de seu treinamento e carreira se interessou especialmente por um aspecto do período ao qual se dedicou, destinando seu tempo ao estudo do trabalho produzido de uma forma ou técnica específica tal como pintura, desenho ou gravura, e, geralmente, tinha uma especialização em determinada área geográfica. Esse conhecimento específico também condenou o curador ao vínculo e dependência institucionais, além dos quais o único recurso possível era um emprego na academia. Ao final do século XX, entretanto, a autoridade do curador de arte contemporânea mudou sua base da qualificação acadêmica e especialização erudita para habilidades empresariais. (OGUIBE, 2004, p.7)

Para Oguibe (2004) a figura do curador não está mais associada somente com a visão de um estudioso, mas sim de alguém que desempenha as mais variadas funções, sendo que cada papel assumido por este será determinante na sua aproximação ou distanciamento da atividade artística e da cultura.

É também possível hoje observar o curador em um número variado de configurações ou papéis, cada qual com diferentes atitudes em relação ao empreendimento da curadoria, estratégias variáveis de compromisso com a arte contemporânea e diversas implicações para com o destino e direção da arte e da prática artística, e das amplas estruturas e manifestações da cultura contemporânea. (OGUIBE, 2004, p.8)

O primeiro desses papéis seria o de curador como burocrata, que se aproxima da ideia de curador institucional já descrita anteriormente, como representante da instituição; esse é leal a dois fatores, ao seu empregador, à instituição e à arte, a qual é especialista. Oguibe (2004) chama atenção para um possível terceiro fator, o público, porém este é impreciso, uma vez que pode ser encoberto pelo interesse institucional.

Mas isso é discutível, já que o interesse institucional abrange e ofusca essa preocupação, pois vê o público composto por patronos ou clientes e, portanto, assume a responsabilidade por sua definição nos termos corporativos apropriados. A fidelidade do curador ao público é, portanto, predeterminada pela definição institucional de público espectador. (OGUIBE, 2004, p.8)

Desta forma, as atividades do curador burocrata são limitadas pelas exigências institucionais. Como este procura seguir os interesses daquela como forma de dar uma maior visibilidade e aumentar seu reconhecimento institucional, é trabalho dele:

(...) localizar a melhor, mais promissora ou quase mais popular obra de arte para aquisição pela instituição; montar o mais popular ou o mais bem sucedido *display* para a instituição e, relacionado a este último ponto, especialmente hoje, atrair o maior público para o museu, galeria ou coleção e tê-lo “formando filas ao redor do quarteirão” – para citar um funcionário do Brooklyn Museum em Nova York. (OGUIBE, 2004, p.8 e 9)

O segundo fator do curador burocrata é sua lealdade à arte, que por muitas vezes pode se caracterizar por uma luta clandestina a fim de que a atenção e recursos da instituição sejam direcionados para os artistas e obras do seu interesse. Quanto maior o poder de articulação do curador dentro da instituição, maior será o apoio aos trabalhos e artistas de interesse deste e quanto maior o prestígio da instituição, mais provável que esses trabalhos e artista ganhem visibilidade, aproximando-se cada vez mais do processo de legitimação. (OGUIBE, 2004)

Existem curadores em que sua devoção e lealdade às artes são mais perceptíveis, este acaba por ser um conhecedor, colecionador especialista e excêntrico de uma forma específica de trabalho, grupos de artistas ou de um artista único, o qual Oguibe (2004) denomina de curador *connaissanceur*. Sua motivação muitas vezes beira o irracionalismo e seu trabalho busca promover e divulgar, a qualquer custo os trabalhos ou artistas de seu interesse. Assim sendo, sua

fidelidade é quase inteiramente direcionada para as obras, artistas e para o próprio interesse. Muitas vezes este impulso é focado para artistas não pertencentes ao *mainstream*, mas que para o curados são distintos e suas obras singulares em relação ao resto. O curador, enfim, toma como responsabilidade difundir e esclarecer aos demais, a qualidade do seu gosto, redefinir e ampliar as preferências contemporâneas. (OGUIBE, 2004)

Esse tipo de curador é capaz de influenciar o público a redefinir os próprios gostos e moldá-los a sua maneira e maior será a capacidade do curador em realizá-lo quanto maior for sua autoridade no meio artístico. Como efeito secundário e posterior, curadores podem influenciar a própria produção artística em si, pois o sucesso na disseminação de um determinado artista ou grupo pode produzir efeitos em seus contemporâneos ou nas gerações futuras. (OGUIBE, 2004)

Já que sua definição de formas válidas se prende à aceitação, ao reconhecimento e às vezes ao sucesso financeiro, a produção dos artistas começa a oscilar na direção de tais formas, e pode emergir um estilo totalmente novo, conduzido por essas definições de viabilidade e validade. (OGUIBE, 2004, grifo nosso).

O terceiro tipo de curador descrito pelo autor seria como corretor cultural, este tem como principal trabalho criar pontes entre os artistas e os patronos ou o público. Esse utiliza-se de seu conhecimento, prestígio e rede de contatos para promover a arte. Muitas vezes não possui vínculos com instituições, o que permite uma maior liberdade para navegar entre os espaços de patronos, público e de legitimação, assim como nos ambientes de produção artística. Procuram, em grande parte, seguir as correntes de gostos atuais, atentos a obras de arte viáveis e artistas agradáveis, para assim poder inseri-los nos fluxos de legitimação e comerciais.

O curador corretor cultural tem uma preocupação econômica que se aproxima da função das galerias e dos *marchands*. Sua relação com o trabalho ou artista é muito pequena, apenas comercial. Para alcançar sucesso, esse deve habitar os espaços certos onde as obras apresentadas alcançam maior visibilidade e maior possibilidade de venda, como comitês de aquisições institucionais e ter uma boa relação com críticos e colecionadores relevantes, que podem validar a qualidade das obras apresentadas por ele e, como consequência, seu trabalho.

Assim como as galerias, o curador corretor cultural apresenta-se como uma figura poderosa nos circuitos artísticos, principalmente entre artistas, uma vez que tem o poder da visibilidade.

É por essa razão que o curador corretor cultural tem sido descrito como papa da arte contemporânea e mitificado como figura com varinha de condão, cujo reconhecimento pode assegurar sucesso para o artista talentoso e experiente. (OGUIBE, 2004, p.12)

Essa divisão é uma tentativa de distinção dos curadores de acordo com suas motivações. Entretanto, para além daquilo que seja o seu objetivo, os curadores, em geral, são responsáveis pela escolha dos artistas que integram exposições por eles propostas, seja para uma instituição em que trabalham ou, no caso dos independentes, para o espaço o qual foi convidado ou proposto. Essas exposições podem ser coletivas ou individuais e procuram estabelecer um diálogo ou uma conexão entre as obras expostas. Muitas vezes é o curador que elege também o conceito que norteia a exposição, propondo uma narrativa exposta através das obras apresentadas.

Ao propor uma exposição, o curador procura apresentar novos olhares e perspectivas sobre um conjunto de obras, visando potencializar o significado das mesmas, estabelecendo novas redes de pensamento e criando um diálogo interdisciplinar entre essas. Este fio condutor que permeia a exposição nem sempre é gerado através do encaixe linear plástico ou ideológico das peças, mas muitas vezes se estabelece pela construção de contrastes e dicotomias entre as obras apresentadas. Mais fortes serão os novos diálogos e o caráter educacional apresentados quanto maior for o compromisso do curador com o público. Cabe a ele a tentativa de proporcionar uma experiência cultural a partir da seleção e organização das obras apresentadas de forma a sensibilizar o próprio ponto de vista do espectador. (SCOVINO, 2015)

Além da escolha, organização do tema, das obras e artistas apresentados, o curador muitas vezes é responsável pelo desenvolvimento da exposição como um todo, o que inclui escrever o texto curatorial, organizar planilha de custos associados à exposição, além de trabalhar com os colaboradores que tornam-na possível. A publicação de catálogos e folhetos, organização de mesas redondas, encontros com o público, workshop, performances ao longo da exposição podem ser também tarefa

do curador, o que faz com que seu trabalho se estenda para além do período de pré-exposição.

Ao considerar o curador como um agente cultural benigno, esse tem como preocupação o público e a sociedade frente às instituições, às escolhas pessoais ou ao mercado. Outro papel importante por ele desempenhado é o de facilitador e possibilitador para os artistas em seu processo criativo. A motivação, nesse caso, é puramente com a obra e o artista, a vontade e a possibilidade de proporcionar aquilo que o artista vislumbra em realidade, zelar e cuidar desta. Assim, aproximando-se do ideal de curador, um guardião do processo artístico, objeto ou situação.

O curador é inquisitivo, curioso, dedicado, estimulável e bem preparado para trabalhar com artista a fim de estabelecer as conexões necessárias entre eles e o público. (OGUIBE, 2004, p. 14)

2.2.3. As bienais de arte

As bienais de arte são eventos temporários, organizados a cada dois ou mais anos, porém existem as trienais ou outros eventos com maior espaçamento no tempo, como é o caso da Documenta em Kassel. São caracterizadas, primordialmente, como uma grande exposição coletiva e podem acontecer apenas num espaço específico ou se espalhar por mais localidades, ocupando cidades inteiras ou mais de uma cidade como foi o caso da Biennial of Contemporary Arts (BOCA) realizada nas cidades de Lisboa e Porto em 2017, ou envolver, mais de um país como a Documenta 14 realizada no mesmo ano, que foi dividida entre Kassel, na Alemanha, e Atenas, na Grécia.

Assim como qualquer exposição coletiva, a bienal, em sua grande maioria, segue a lógica de um tema. Esse pode ser escolhido por um ou mais curadores ou coordenadores artísticos responsáveis pelo evento, ou por uma comissão organizadora. As bienais de menor expressividade, geralmente, lançam chamadas públicas para candidatura dos trabalhos dos artistas a fim de que estes sejam submetidos a um júri que os seleciona, considerando quesitos como carreira do artista, qualidade da obra, aderência ao tema proposto, entre outros. Já nas bienais de maior prestígio, o processo é reverso, ou seja, artistas com seus projetos são convidados a participar da exposição. As bienais também contam com premiações que não só se reflete em valores econômicos, mas também em prestígio.

Assim como as exposições institucionais, a bienal tem, a priori, uma motivação cultural. As bienais internacionais propõem uma experiência diversificada da produção atual, apresentando em um mesmo espaço diferentes visões a cerca de um mesmo tema e proporcionam uma plataforma de diálogo entre artistas de diferentes nacionalidades e contextos. Segundo Jochen Volz, curador da 32ª bienal de São Paulo, em sua entrevista a Artnet, a bienal é *“a pluralistic space where autonomous perspectives can enter into dialogue and debate with one another”* (NEUENDORF, 2016). Volz também ressalta o papel independente e cultural desta.

It is the Biennial's role, as an independent foundation, to be a platform that actively promotes diversity, freedom and experimentation, while exercising critical thought and producing an alternative reality. (NEUENDORF, 2016).

Desta forma as bienais se diferenciam das feiras, seja pela própria organização, seja pelo seu caráter não comercial, como afirma Klaus Biesenbach, cofundador da bienal de Berlim, em entrevista a Artnet.

“Going to an art fair,” Biesenbach continued, “is nothing in comparison to going to a curated exhibition where organizers and artists really cared for the form and the content of the exhibition, not its sell-ability and or the fact if visitors can take small or medium sized colorful pieces home and place them behind their couches and hope they quintuple their value in two years.” (NEUENDORF, 2016).

Entretanto, as bienais não estão livres da motivação econômica, não foram somente as galerias que aumentaram seu interesse por arte nos últimos anos, governos e instituições ligadas ao meio delas, espalhadas pelo mundo, começaram a promover bienais internacionais em suas cidades, como forma de promover o desenvolvimento cultural, reconhecimento internacional e turismo. (LOWRY, 2012).

Atualmente, segundo a Biennial Foundation existem 214 bienais ativas no mundo (FOUNDATION, 2017), incluindo arquitetura, design e artes, sendo mais de 100 delas dedicadas apenas às artes (LOWRY, 2012). Lowry (2012) destaca o caráter fantástico que as bienais têm adquirido nos últimos anos. Lugares competem pelos curadores e artistas mais requisitados. agentes oferecem comissões para artistas criarem trabalhos ou instalações extravagantes, tornando as bienais um festival que beira ao espetacular. Dada essa tendência, os espectadores comparam as obras e instalações mais impressionantes e espetaculares que apareceram num determinado ano. Entretanto, Lowry (2012) indica que as melhores bienais ainda

conseguem fugir do processo de espetacularização e são capazes de promover reflexões profundas.

Sheikh (2011) propõe uma análise ainda mais detalhada do caráter econômico das bienais. Elas concorrem entre si de forma a se estabelecerem dentro do circuito internacional das artes e disputam por um capital simbólico e por quotas de mercado. Por outro lado as bienais seguem também uma lógica de promoção da cultura e economia local. Ao construir uma identidade local, estas tentam não somente estabelecer um nicho de mercado, mas também atrair o interesse internacional para a cultura local, inserindo-a no contexto internacional e atraindo “novas fontes de renda através do turismo (de arte)”. (SHEIKH, 2011). As bienais, então, passam a fazer parte do mercado cultural.

As bienais são vistas deste modo, parte da economia da experiência, onde toda a experiência de uma cidade e da exposição em si são commodities, mais do que o é cada uma das obras de arte, como seria o caso, presumivelmente, nas feiras de arte. (SHEIKH, 2011).

Inicialmente, as bienais possuem uma vocação para servir de espaço para a experimentação de obras e artistas que, comercialmente falando, não são essencialmente viáveis. Entretanto, estas estão sendo consideradas pela estrutura do mercado cultural como um lugar de legitimação comercial, quer dizer, um artista ou obra para estar presente em uma bienal não é só mais uma afirmação da qualidade cultural, mas também da valorização monetária dos mesmos. Assim, a aparição em uma bienal pode ser um evento calculado por *marchands*, patronos ou até mesmo por artistas para valorização monetária de obras e desses. Os curadores responsáveis pela organização da bienal se tornam figuras extremamente poderosas na determinação de carreiras. (OGUIBE, 2004)

As bienais como eventos artísticos, seguem um processo de crescimento como mostrado anteriormente, mas também, por outro lado, tem sido criticada por especialistas. O processo de bienalização e o próprio modelo de bienal e das exposições são a origem dessa crise. Segundo DASartes (2012), as críticas apontam para diversos fatores que envolvem:

(...) uma repetição dos mesmos artistas de bienal a bienal, do distanciamento desses eventos com o público local, destinação de recursos públicos a eventos que estão concentrados no tempo e no espaço e a relação próxima que as bienais estabelecem com as feiras. (DASARTES, 2012)

Já Massimiliano Gioni, em sua entrevista à revista DASartes, exalta o papel transformador das bienais e como, apesar das críticas ao modelo e o surgimento destas por todo mundo, estas têm se modificado ao longo dos anos de forma a apresentar diferentes estruturas.

In the end the much criticized proliferation of biennial has resulted in a liberating process: now a biennial can really be anything. This process means that a biennial can also be just an exhibition or, as I like to think of them, a temporary museum. Nowadays biennials are the only occasion in which you can think of realizing a vast, encyclopedic show: no institution in the world could accomplish what a biennial like Venice or Documenta accomplish. I like the fact that in certain biennials, art takes on almost a urban scale: the exhibition becomes a city within a city. And this is something no museum or other institution in the world will ever be able to do.(DASARTES, 2012)

Independente do modelo, atualmente, as bienais de maior prestígio, como a Bienal de Veneza, Documenta, Bienal de São Paulo, Bienal de Sydney, entre outras, são o último degrau no processo de legitimação de um artista. Participar de uma dessas bienais é a aprovação definitiva do valor cultural daquele.

2.3. O circuito da arte na criação artística e na experiência do público

Dada toda configuração estabelecida no circuito das artes, Cauquelin (2005) levanta a seguinte questão que servirá de ponto inicial para esta e a seção seguinte:

Em outras palavras, a arte, as obras ainda tem em si algumas realidades, vindas de suas qualidades próprias e que podem ser julgadas como tais- uma espécie de autonomia -, ou são apenas tributárias da imagem que a comunicação pode fazer circular? (CAUQUELIN, 2005, p. 81)

Em junho de 2013, na 44ª edição Art Basel, em Basiléia, atualmente considerada mais importante feira de arte, com edições também em Miami e Hong-kong, uma das obras apresentadas logo no início da exposição, gerou polêmica entre o público especializado. Era uma escultura, nunca vista antes, de proporções monumentais assinada por Lygia Clark. Cinco anos antes, em 15 de setembro de 2008, o artista inglês Damien Hirst causou um alvoroço no meio artístico contemporâneo ao colocar 223 obras à venda, em um leilão realizado na Sotheby's, em Londres, arrecadando cerca de 111 milhões de libras. Em 1917, Marcel Duchamp, sob o pseudônimo de R. Mutt, enviou para o Salão dos Independentes, em Nova Iorque, um urinol de louça com o título sugestivo de *A Fonte*, que foi

recusado pelo comitê de seleção. O que esses três eventos, aparentemente sem conexão e dispersos no espaço e no tempo, têm em comum?

Lygia Clark, enquanto viva, defendia que seus Bichos eram obras ativas, manipuláveis, caracterizando-os como organismos vivos. Para Lygia, é estabelecida uma relação dualista entre homem e obra, sendo o ato de manipulá-la, tornando o espectador e a obra indissociáveis. Em seus diários, a artista deixa claro o caráter ativo e participativo da obra, “É impossível entre nós e o Bicho uma atitude de passividade, nem de nossa parte nem da parte dele.” (CLARK, 1983, apud FUNDACIÓ ANTONI TAPIES, 1998). Dada a afirmação, levanta-se a questão, porque exibir a obra de tal forma, onde o principal argumento apontado pela artista para sua existência não é considerado.

Damien Hirst apresenta-se como um artista polêmico no mundo contemporâneo e não, muitas vezes, pelo caráter transgressor da sua obra, mas sim pela sua trajetória e pelas altas cifras levantadas pelo artista. Durante os anos 90, a carreira de Damien tomou um novo rumo quando o famoso galerista e dono de uma agência de publicidade, Charles Saatchi, passou a investir no artista. A trajetória de Hirst, mais emblemática, e de tanto outros artistas evidenciam o importante papel das galerias na promoção dos artistas, mesmo nos dias de hoje, e coloca em xeque a qualidade dos trabalhos versus os meios de legitimação dos mesmos.

Marcel Duchamp, reverenciado pela invenção do *ready-made*, mais do que mudar o conceito do que é uma obra de arte, retirando a manufatura do objeto artístico, restando apenas a ideia por trás da representação, estava a colocar a prova a liberdade da expressão artística. A Sociedade dos Independentes tinha como pressuposto a ausência de prêmio e de júri para avaliação de quais trabalhos seriam incluídos ou não nas exposições que seriam promovidas pelo grupo. A ideia era apresentar a arte que se fazia na época de forma horizontal, não hierárquica, se afastando do modo de funcionamento do sistema das artes estabelecido na época. Entretanto, ao apresentar *A Fonte* ao júri que nega sua exposição, Duchamp mostra a fragilidade dos ideais do grupo, assim como os limites da liberdade no meio artístico.

Pode-se então amarrar uma linha invisível entre os três exemplos citados, uma vez que parece comum que algo exterior a escolha dos artistas tem influência na exposição do seu trabalho e na própria concepção do mesmo. O circuito artístico

é a mediação entre o artista e seu público, ele também é responsável pelo processo de legitimação do artista e de suas obras e por apresentar ao público, seja ele especializado ou não, o trabalho realizado pelos artistas. Por atuar entre as duas esferas, criação e consumo (experiência), o circuito artístico e seus agentes são capazes de influenciar, mesmo que de maneira sutil ou indireta, os artistas e seu processo de criação e por conseguinte o público e sua experiência.

2.3.1. O circuito e os artistas

O processo de legitimação é aquele responsável pela qualificação e afirmação do artista dentro do circuito da arte. Por meio da participação em exposição coletivas ou individuais em galerias ou outros espaços expositivos o artista confirma perante o circuito artístico e a sociedade seu papel. Ter obras presentes em galerias, museus, centros institucionais e coleções é a garantia que o artista não é só detentor de uma qualidade artística e cultural, mas que estas são reconhecidas por aqueles responsáveis pelo circuito. Desta maneira, a configuração atual do circuito artístico e dos seus agentes não são mais garantia que só a qualidade artística e cultural sejam valorizadas e determinantes para a entrada no circuito.

Sobre a ótica do mercado, a cultura foi transformada em negócio e suas obras aqui podem ser entendidas tanto como objetos físicos, como ideias ou produtos transacionáveis. De Moraes (2005) levanta essa questão, atualmente o mundo cultural convive com palavras como “marketing cultural, estratégia de inserção, público-alvo e valor agregado”.

A própria lógica mercadológica parece também estar às avessas. Os artistas são aqueles responsáveis pela produção, ou seja, sem a existência dos mesmos todas as esferas posteriores não existiriam, distribuição e consumo. Entretanto, as relações de poder estabelecidas no circuito artístico atual parecem reverter essa ordem. Hoje, a balança, muitas vezes, pesa mais para o lado da galeria em termos de credibilidade artística e mercadológica. Assim sendo, o nome da galeria que representa o artista é mais importante do que os nomes representados pela galeria.

O simples fato de um artista ser representado por uma galeria já é visto como um sinal de qualidade. Seu nome e sua produção passam a estar atrelados ao nome e à reputação da galeria que o escolheu. (FERREIRA, 2016, p.70)

Após o já exposto nesse trabalho, a inserção de um artista no mercado, muitas vezes, não depende da qualidade artística do seu trabalho, mas sim de um jogo de interesses mercantis, de tendências e gostos correntes ou até mesmo de relações interpessoais.

Como visto ao final do primeiro capítulo artistas são capazes de utilizar estratégia para ganhar reconhecimento no meio e valorizar suas obras. Entretanto, agora o foco se dá na relação entre os artistas e mercado.

Damien Hirst aparece outra vez como bom exemplo a ser explorado sobre o assunto. Sua relação com o colecionador, galerista e cofundador da agência de publicidade Saatchi & Saatchi, Charles Saatchi foi decisiva para sua carreira. O primeiro contato de Saatchi com Hirst se deu por meio da sua obra apresentada numa exposição independente, organizada pelo próprio Hirst, denominada *Freeze*. Ao iniciar seu trabalho com Hirst, Saatchi propôs financiar as obras dando liberdade ao artista para produzir aquilo que desejava. A primeira obra financiada pelo galerista foi *The Physical Impossibility of Death in the Mind of Someone Living*, que consistia de um enorme tubarão em um tanque de vidro preservado em formol. A obra foi apresentada em 1992 na exposição *Young British Artists* na galeria Saatchi. A obra teve um custo total de 50.000 libras e rendeu a Hirst uma indicação ao prêmio Turner daquele ano. Um ano depois, Hirst tem sua primeira apresentação internacional na Bienal de Veneza com a obra *Mother and Child Divided*. Com o apoio de Saatchi a carreira de Hirst prosperou e, em 2003, quando Hirst rompeu laços com colecionador já era um nome estabelecido no circuito da arte (ANDERSON, 2013). Saatchi proporcionou a Hirst, além de apoio financeiro, visibilidade e também credibilidade associada a sua galeria. Desta forma, Hirst conseguiu produzir obras que se tornaram marcas do seu trabalho.

Além do impacto direto que a galeria pode ter sobre um determinado artista, estas e o mercado também são capazes de apontar grupos de artistas ou correntes que são suas preferências, assim definindo uma estética, estilo, mídias, modo de pensamento ou até mesmo uma nacionalidade que são cobiçados no momento.

A própria dinâmica e escolhas do mercado de arte também podem influenciar os artistas e suas criações, uma vez que existem preferências sobre as obras e quais mídias que nele são comercializadas. Segundo *The Art Market 2018* (McANDREW, 2018) pinturas e esculturas representaram a maior parte do volume e

valor das obras apresentadas em feiras de arte em 2017. A estimativa segundo o relatório é que 35% do volume de obras apresentadas é de pintura, 17% escultura, 14% trabalhos em papel, 13% fotografia, 11% arte impressa e 10% *mixed media*, arte decorativa e design e instalações. Considerando os valores das obras expostas o número sobe para 51% para pintura, 19% esculturas, 9% fotografia e 22% do restante. Apesar dos dados se referirem apenas as feiras e serem apenas sobre aquilo que é apresentado e não sobre o que é de fato comercializado, estes apontam uma preferência pela pintura, o que corrobora o fetiche da obra única assim como o caráter tradicional do mercado de arte.

Ainda sobre as preferências mercadológicas, esse muitas vezes absorvem trabalhos, que por sua natureza ou intenção, não foram concebidos para o mesmo. O relato de Fialho (2013) *Os interesses econômicos e a "autonomia" do sistema das artes: falsas dicotomias, um certo romantismo e o poder do mercado*, sobre a série *Diálogos: Arte e Mercado*, realizada na extinta Casa Daros no Rio de Janeiro com a participação Jones Bergamin, Hans-Michael Herzog, Eugénio Valdés Figueroa e Godula Buchholz Liebig, aponta para essa questão. Jones Bergamin, da casa de leilão Bolsa de Arte do Rio de Janeiro, levanta a questão dos múltiplos, mas pode-se considerar também registros de ações, performances e *happenings*, assim como arte de rua ou de caráter público.

Ainda sobre o tema de como o mercado interfere na produção e circulação de edições e de trabalhos que originalmente não foram concebidos para entrar nesse circuito, Bergamin apontou para uma diferença fundamental entre múltiplos, reproduções e edições de arte. Existem linguagens e técnicas, como a gravura, que por sua natureza são seriadas e o número de edições se estabelece em atenção ao que o mercado pode comportar, e como forma de ter um retorno que compense o investimento e o trabalho numa matriz. Dependendo da intenção do uso inicial de tal reprodução, que poderia ser para distribuição ou venda a baixo custo, o mercado, ao longo do tempo, pode de fato distorcer tal intenção, tornando obras que foram feitas para serem acessíveis, inacessíveis[4]. (FIALHO, 2013)

O mundo da arte também apresenta outro desafio aos artistas, a disseminação e aumento da demanda por seus trabalhos alteram o próprio ritmo de produção. O próprio espaço físico e configuração dos museus, bienais, galerias e feiras de arte, assim como as preferências do mercado e o processo de

espetacularização das artes ocorrido nos últimos anos, alteram a dimensão dos trabalhos apresentados por aqueles.

Segundo Adam (2018), o aumento da produção e da escala dos trabalhos é um fenômeno da segunda metade do século XXI. Sobre a quantidade de trabalhos produzidos, galerias tem monopólio dos artistas que representam e por isso, mesmo que indiretamente, controlam a produção, aquilo que está à venda de forma a manter os elevados preços e demanda. Segundo Adam (2018), o mercado de arte é restrito a um pequeno percentual de artistas, desta forma a pressão para a produção para as galerias que os representam pode ser intensa. A autora ainda ressalta que a demanda não é só por quantidade, mas também por uma determinada dimensão das obras, uma vez que uma série de elementos apontam para esse tipo de demanda, como as instituições que em realizar grandes exposições com obras de grande dimensão, buscando atrair um público que está cada vez mais ávido por obras de impacto.

Outro ponto levantado por Adam (2018) é o processo que pode se chamar de estetização do mundo, termo cunhado por Lipovetsky e Serroy (2015). Atualmente, artistas, ou pelo menos uma parte deles, trabalham com demandas que inicialmente não estão ligadas ao meio artístico tradicional.

Art is used to sell real estate, to brand a hotel, to give a new building project or a restaurant the most hip and “now” credentials. At the Art Basel Miami Beach fair, alongside the 20 or more satellite events, even companies such as Uber, Airbnb, Volvo and Mazda, as well as a gourmet food company, Dean and DeLuca, have put on art-inspired projects, while luxury goods firms also tout their products with art. (ADAM, 2018)

Além das demandas exteriores ao meio artístico, o próprio mercado de arte, principalmente no segmento mais elevado, exige que os artistas de maior reconhecimento produzam mais, o que leva a uma produção excessiva de peças, muitas vezes similares, apenas para satisfazer essa demanda. Sendo assim recursos financeiros, físicos, intelectuais e temporais são despendidos apenas na realização de obras que trazem pouca novidade, quando existem tantos outros trabalhos do mesmo artista ou de outros que poderiam ser mais interessantes ou teriam mais a acrescentar ao mercado, a comunidade artística e ao público.

Indeed, any visitor to a major art fair will be struck by the similarity of offerings by the major galleries, from a mirrored sculpture by Anish Kapoor (the “Pottery Barn of void,” quips one dealer) to a spotted Kusama pumpkin. As the New York-based journalist Christian Viveros-Fauné puts it: “You can only get so much out of a single artist—and the market wants repetition rather than innovation.” (ADAM, 2018)

O mercado de arte é o quantificador numérico da qualidade do trabalho artístico, ou seja, para esse o valor do trabalho de um artista está no valor monetário da sua obra e para isso a revista alemã de negócios *Capital* possui um ranking de artistas, mostrando o valor de mercado e rentabilidade de suas obras, desde 1970. No ranking pontos são atribuídos aos artistas e são dados a partir de critérios como: participação em exposições individuais e em grupo, artigos em revistas especializadas, entre outros.

Em 1974, Gerhard Hoehme, pintor alemão, já apontava para a influência do circuito artístico no trabalho dos artistas e na determinação da sua qualidade e valorização. Nesse ano, o pintor publicou uma série de conselhos sarcásticos para aqueles jovens artistas que estariam interessados em ingressar nos circuitos das artes. Primeiro, seria procurar seguir a tendência mais recente e relevante no mundo das artes da época, para assim atrair a atenção da mídia; segundo, ser descoberto por uma galeria importante, passo fundamental que determina o sucesso ou não de um artista; depois dessas duas etapas, tudo dependerá da capacidade dele em manter a atenção do público, à medida que suas obras aumentem de valor no mercado, seja por representação em galerias, produção de trabalho em massa, exposição em instituições. A partir desse ponto, o artista pouco se desenvolverá, uma vez que não terá tempo para aprender com o público, galerista ou curador, dado que estará demasiado ocupado em se manter no mercado de arte e não ser empurrado para fora. (BÄTSCHMANN, 1997)

Assim como o mercado primário e secundário possuem uma interligação, uma vez que obras de artistas vivos que se valorizam no mercado secundário tem um impacto nos preços do mercado primário e aquele se beneficia do primário, dado que este é responsável pela continuação do aumento na oferta de obras de arte, para Fialho (2013), assim como já citado anteriormente ao longo deste trabalho, existe uma interdependência entre o circuito de legitimação e o mercado.

O que faltou dizer, talvez, é que o circuito de legitimação dos valores simbólicos (que passa pela história da arte, pela pesquisa, pela crítica, pela curadoria, pelas exposições e aquisições institucionais) e o mercado são interdependentes. Não se pode negligenciar o papel das instituições, por exemplo, na valorização econômica de obras e artistas, e o papel do mercado no amplo reconhecimento de certos artistas pela história da arte e ainda mais por públicos não especializados[6]. (FIALHO, 2013)

Assim, não só o mercado e as galerias são responsáveis pela valorização monetária de obras e artistas, as instituições e seus agentes também tem um peso fundamental na componente econômica, ao mesmo tempo que aquelas também podem ser capazes de reconhecimento na componente cultural.

Como descrito na seção anterior deste capítulo, as instituições representam o grau de legitimidade cultural para os artistas, e por este fato, também podem ser fontes de influência em artista e nos trabalhos por eles realizados. À medida que as instituições e os agentes ligados a elas são capazes de determinar os parâmetros da arte atual, os artistas por sua vez ficam muitas vezes reféns da mensagem que esses agentes estabelecem. Bättschmann (1997) chama a atenção para o aumento da importância do *exhibition maker* ou curador, no meio artístico e como esta figura é capaz de balizar a experiência artística, seja pelo lado dos artistas ou do público. Harald Szeemann, diretor da Documenta 5, em 1972, quando anunciou o tema da exposição, *Questioning Reality*, causou alvoroço no meio e instituiu uma nova maneira de pensar exposições baseada na escolha subjetiva por parte do curador.

What is new is to make the individual work of art anonymous by subordinating it to a system dictated by the organizer and which the artist has no possibility of influencing. So a relationship of identification with the artist becomes an authoritarian relationship. (BÄTTSCHMANN, 1997, p.220)

Como abordado anteriormente, as bienais são capazes de atestar a qualidade cultural do trabalho desenvolvido por um artista, mas isso também gera consequências no meio econômico com valorização das obras do mesmo. Segundo Sheikh (2011), a bienal não apenas promove os espaços onde é realizada, mas também os artistas que nela estão presentes têm a oportunidade de aumentar a visibilidade dele e “melhora a chance de marketing das obras deste artista.” (SHEIKH, 2011). Assim sendo, os agentes organizadores das galerias estão atentos ao processo de seleção de artistas participantes nas bienais. Assim, “as seleções das bienais acompanhem tão de perto a representação nas galerias e as

apresentações destas nas feiras internacionais de arte.” (SHEIKH, 2011). Entretanto, os pontos mercadológicos por trás das bienais não são muito bem vistos pela comunidade artística e pela própria essência da arte em si, e por isso o assunto é pouco comentado e muitas vezes estigmatizado.

As feiras de arte não apenas ocorrem nas vizinhanças de uma bienal e em conjunção com a mesma. O exemplo mais famoso disto é a Feira de Arte de Basileia, que ocorre logo após a Bienal de Veneza. Só que estas conexões nunca são plenamente desvendadas, e possivelmente também não são plenamente compreendidas. Não apenas a maioria dos curadores de bienais negará veementemente que o sistema das galerias influencie as suas escolhas de artistas (e a maioria dos galeristas preferirá, obviamente, manter sigilo a respeito de suas próprias redes). Mais enigmática ainda é a quase total ausência de quaisquer textos críticos, em jornais ou revistas, a respeito das conexões de caráter estético ou econômico entre uma bienal e uma feira, entre a curadoria e o marketing. Assim, por exemplo, nenhuma análise estrutural é feita pela crítica de arte, apenas juízos estéticos das obras de arte, dos artistas e das seleções feitas pelos curadores, do mesmo modo que a noção de jornalismo investigativo tem um papel reduzido ou nulo na cobertura cultural. É como se a relação econômica entre a exibição e a produção de arte não existisse, ou, caso existir, não possa ser discutida ou divulgada. (SHEIKH, 2011).

Para Oguibe (2004) a situação atual do curador que foge da sua função primordial, de guardião do processo criativo, é resultado, em grande parte, do próprio comportamento dos artistas que suprimem sua liberdade e independência em troca de participação e reconhecimento no circuito artístico atual. O autor ressalta ainda que o atual caminho da arte contemporânea para uma normatização banal e a relação desigual que se tem estabelecido entre artistas e curadores é resultado, em parte, da disposição dos próprios artistas em alcançar o sucesso profissional e fama, mesmo que para isso tenham que se submeter a qualquer um, não importando sua ideologia ou objetivos, que os possam ajudar a conseguir tais fins.

Em seu desespero pelo sucesso individual, os artistas passaram a considerar o curador corretor cultural a facção mais poderosa na estrutura do mecanismo da cultura, aquele cujos favores têm que ser buscados quase a todo custo, para que o artista possa alcançar visibilidade, validação e um apoio efetivo. (OGUIBE, 2004, p.14)

A posição atual aponta para uma relação de dependência entre curador e artista, com o artista representando o elo mais fraco, mesmo que sem o seu trabalho, que é a base do circuito artístico, não haveria arte, prática curatorial ou mesmo espaços expositivos. Quanto maior a diferença de poder entre eles mais o curador é determinante na carreira de um artista, mas também no “destino da arte e a direção do gosto”. (OGUIBE, 2004, p.15)

Assim como Oguibe (2004), no relato de Moura (2011) sobre o simpósio *The Critical Edge of Curating* realizado no Museu Guggenheim de Nova York em 2011, o curador da próxima Bienal de Veneza, em 2019, Ralph Rugoff afirma a posição de influência dos curadores no circuito da arte.

“O curador é como um vírus, ele precisa de um hospedeiro vivo. Mas, um curador também pode alterar o metabolismo de seu hospedeiro...”. Na medida em que realiza escolhas e “statements”, o curador afirma uma postura autoral. Essa capacidade de posicionamento e diálogo adiciona sentido a obra de arte, esboçando reações subjetivas às questões que os próprios artistas colocam. “Muitas vezes os artistas não sabem o que seus trabalhos significam e nem sempre há uma resposta”, afirmou Rugoff. (MOURA, 2011)

Para além dos curadores, as próprias instituições através das suas políticas e dos decisores institucionais podem influenciar uma cena artística. Por meio das exposições por ela apresentadas, estas podem direcionar artistas para uma estética ou uma corrente de pensamento, uma vez que tem o aval de legitimação estimado pelos artistas. Exemplo mais caricato e impactante seriam as exposições *blockbusters*, as quais, em geral, são direcionadas para um amplo espectro populacional, tem curta duração, contam com grande especulação e cobertura midiática.

As exposições *blockbusters* tem a capacidade de atrair um público enorme, principalmente, o público não especializado. Por este lado, essas exposições são positivas, pois conseguem ampliar o espectro de atuação da arte e quebrar a barreira invisível estabelecida no mundo artístico que tem um caráter elitista e complexo, o que afasta muitos espectadores de se aproximar de tal universo. Entretanto, não se pode negar o caráter mercadológico dessas exposições dentro da lógica do mercado cultural. Muitas dessas têm caráter espetacular, seja pela popularidade e renome dos artistas nelas apresentadas ou mesmo por uma boa estratégia de *marketing*, a função delas é atrair o maior número de visitantes e

promover a imagem dos museus ou instituição perante a sociedade. O sucesso de público de uma exposição é algo não só desejado pelas instituições e curadores, mas também por artistas. Como Hoehme (BÄTSCHMANN, 1997) destacou a importância para o sucesso de um artista em seguir as tendências mais recentes e relevantes no meio artístico, o caráter hipnótico, popular e midiático das exposições *blockbusters* podem determinar uma estética ou corrente de pensamento a ser seguida.

Após já estar estabelecido, ou seja, já passado o processo de legitimação, o artista e seus trabalhos passam para uma segunda esfera de classificação, o que Baschmann (1997) chama de *in-art* e *out-art*, arte que está em evidência no momento e arte que não está. Por exemplo, o Novo Expressionismo ficou em evidência nos anos 70, substituindo a Arte Conceitual. São classificados os artistas que estão em evidência no seu período, aqueles que estão inseridos no circuito artístico, são inovadores, possuem originalidade e apresentam trabalhos que são relevantes para o próprio contexto atual da arte. Os novos artistas que desejam entrar no grupo de artistas em evidência devem apresentar uma certa originalidade (distinção), mas também uma certa repetição daquilo que é apontado como relevante na atualidade. O artista que é muito inovador precisa de um esforço muito grande dos agentes atuantes no circuito para que sua legitimação ocorra. “Quanto mais uma obra se afasta das expectativas do senso comum, mais necessárias se tornam as mediações entre a obra e o público em geral.” (HEINICH, 2014, apud FERREIRA, 2016).

Aqueles que estão inseridos na corrente em evidência dizem que não existe qualquer forma de manipulação ou escolha para entrada, porém aqueles que não o habitam reclamam da dificuldade de acesso. O argumento é de difícil prova, uma vez que é complicado distinguir entre a corrente atual e o lançamento de novas correntes. Conjuntos de artistas, galeristas, curadores, colecionadores e a mídia são capazes de influenciar o circuito artístico, mas parece pouco provável que consigam fazê-lo por muito tempo.

Apesar das críticas ao circuito e ao mercado da arte, muitos estudiosos, pensadores, curadores e outro formadores de opinião ainda defendem o caráter mais puro da arte e de sua criação. A oposição entre uma autonomia e os interesses mercadológicos existe não somente no meio das artes, mas também na ciência, na

religião e na sociedade. No relato de Fialho (2013) Eugénio Valdés Figueroa, curador, crítico e historiador da arte, e Godula Buchholz Liebig, galerista alemã, defendem um certo idealismo da arte menos dependente do mercado.

Godula e Eugénio defendem um certo 'romantismo'. Godula: "creio que há um mercado paralelo além dos mercados universais, o problema hoje é que todos seguem a mesma corrente, Baselitz, Richter, os museus, as casas de leilão. Eu busco as exceções, o idealismo. Isso é importante, sobretudo para os jovens". Eugénio: "(...) existem novas maneiras de fazer arte, concordo com Godula, sou romântico, defendo firmemente esse romantismo, onde ainda existe um lugar para subversão, a arte não pode se reinventar sem subversão. O mercado irá morrer se não encontrar um ponto de equilíbrio que permita a excepcionalidade, a reinvenção."(FIALHO, 2013)

Fialho (2013) defende também uma autonomia da arte e como esta autonomia é fundamental para a própria sobrevivência desta, do circuito artístico e do mercado.

Aqui, entendo que seria salutar ultrapassar a aparente dicotomia entre a produção contemporânea, o circuito de legitimação e o mercado. Não é só o mercado, mas o sistema como um todo que corre risco de morrer ou se esgotar se não houver equilíbrio e espaço para invenção em todas as suas instâncias. E deve-se lembrar, também, que o lugar da subversão e experimentação pode não ser aquele tradicionalmente designado ou esperado, e que isso pode ser extremamente positivo. (FIALHO, 2013)

Fialho (2013) também acredita na independência dos artistas e, principalmente do processo criativo, frente ao mercado. Para a autora o mercado não condiciona ou modifica a intenção dos trabalhos artísticos, mesmo que isso eventualmente possa ocorrer, cabe ao artista definir o limite do seu envolvimento e das suas obras com o mercado. Ela aponta também para uma melhor articulação e diálogo entre o mercado e as instituições de forma que um não cumpra o papel do outro, seja no processo de legitimação seja na comercialização. Desta forma, seria possível criar um ambiente favorável para o desenvolvimento da arte de qualidade, seja pela ótica do artista que tem seu trabalho valorizado não só culturalmente ou financeiramente, mas os dois ao mesmo tempo, pelas instituições que são capazes de apoiar a arte nova e de qualidade, e finalmente, pelo mercado que contaria com uma maior variedade e qualidade de trabalhos para comercializar.

Além disso, creio que o mercado não 'desvirtua' necessariamente as propostas artísticas, embora isso eventualmente ocorra. Por outro lado, um mercado dinâmico pode possibilitar que um maior número de artistas viva

de seu trabalho. Cabe ao artista a responsabilidade de manter a sua integridade artística face ao mercado, é ele que decide sobre o limite de suas concessões[7]. O ideal é que haja um equilíbrio entre o circuito de legitimação, as políticas públicas e o mercado, para que este não assuma, à default, a responsabilidade pela legitimação, comercialização e fomento à produção contemporânea unilateralmente[8]. Um sistema mais equilibrado depende tanto de iniciativas privadas quanto de políticas públicas adequadas que fortaleçam, por exemplo, as instituições e a esfera da curadoria e da crítica, e que ofereça estímulo à produção artística para além do mercado.

(...)

Se a esfera de legitimação, composta pela curadoria, pela crítica e pelas instituições são frágeis, o mercado de fato pode se tornar o principal legitimador dos valores artísticos, inclusive no plano simbólico.(FIALHO, 2013)

Já para Cauquelin (2005) e, também, para Hoehme, citado em Bättschmann (1997) uma vez o artista inserido no circuito, seus esforços serão focados para permanecer nele. Para Cauquelin (2005) os circuitos, que a autora denomina de rede, impõem suas regras ao artista que nele gostariam de permanecer. Existe uma constante exigência paradoxal entre renovação/individualização e repetição/redundância. A renovação e individualização muitas vezes não vêm de uma motivação pessoal, mas sim da necessidade do circuito artístico. Ao mesmo tempo, os circuitos exigem certa repetição, saturação para que assim a obra seja apresentada em toda parte e concomitantemente, tornando-se assim um signo de identidade. Esse paradoxo leva a uma situação de desgaste, onde a exposição do seu trabalho se torna exaustiva e “nenhuma exibição ou operação de descoberta pode ser feita.” (CAUQUELIN, 2005, p. 77).

Seja via mercado ou instituições a própria maneira de apresentação dos artistas impõe limitações ao seu trabalho. Segundo Poinot (1986) enquanto as exposições se firmaram como principal meio de comunicação dos artistas, estes são acabam por sofrer restrições daqueles responsáveis pela realização de tal. “For artists, these constraints now permanently form an integral part of their aesthetic project (even for those who produce paintings to be framed).” (p.39)

2.3.2. A complicada relação do mercado e as instituições com o público

Não somente os artistas podem ser suscetíveis ao circuito artístico, mas o outro lado da moeda, o público, também pode ser influenciado pelo mesmo. A partir do momento que a maioria do público, seja ele especializado ou não, experimenta arte por meio de algum museu, instituição, galeria ou qualquer outro espaço inserido no circuito artístico, este estará diante não só da obra, mas de todo caminho percorrido para que ela esteja ali.

Sendo assim, quando o público se depara com a obra, esta já passou pelos diversos filtros inerentes ao circuito artístico e isto pode distorcer a expressão da própria obra em si, assim como a experiência do público. Essas distorções podem ser mais evidentes quando retiram a ideia principal da obra, mas também mais sutis, quando o simples fato de uma obra ser apresentada em uma instituição de maior renome adicionando um caráter, quase que sagrado, sobre esta, fugindo muitas vezes da intenção do artista. Claro que o efeito oposto acontece, muitas obras que ganham maior potência a partir do momento que são apresentadas ao público, podem gerar reações inesperadas, porém dentro desse circuito, principalmente na parcela mais tradicional, isso é menos comum de acontecer.

Como já citado anteriormente, Fialho (2013) aponta para as distorções geradas pelo mercado, que valorizam e glorificam os objetos de obras, que em seu núcleo tratam de questões ideológicas ou experimentais, sendo estes apenas resquícios materiais e não a obra em si. Assim sendo, o conteúdo e os significados da obra passam por um processo de esvaziamento, o que leva a experiência do público para outra esfera do que a originalmente concebida, muitas vezes apenas permanecendo na contemplação visual.

Uma outra distorção de natureza distinta, salientou corretamente Jones, se dá quando um processo artístico cuja intenção é comunicar uma ideia, às vezes de forma subversiva, como o trabalho "Inserções em circuitos ideológicos", de Cildo Meireles, acaba emoldurado numa parede. Ou um parangolé do Oiticica: "hoje os parangolés se negociam por milhões (...) para o profissional do mercado avaliar, dar um preço, é difícil. Eu acho que o objeto não é uma obra de arte, a performance sim era uma grande obra de arte, mas tudo é transformado. Eu falo, mas já vendi muitos desses." E Jones continuou em tom provocador: "a culpa nunca é dos marchands, é sempre do colecionador... o traficante está fazendo o seu papel, o viciado é que tá buscando a mercadoria. (FIALHO, 2013)

No seu relato, Fialho (2013) destaca a fala do curador Eugenio Valdés, que enfatizou “que pode haver uma grande contradição entre a intencionalidade do artista e o destino dado às obras, e que em mãos incorretas essa intencionalidade acaba se dissolvendo.”(FIALHO, 2013). De acordo com o curador obras cujo o ponto mais importante é o compartilhamento e a experiência, como as de Lygia Clark e Hélio Oiticica muitas vezes são diminuídas pelo mercado, uma vez que esse possui mais interesse nos objetos remanescentes do que a proposta de experiência em si. O curador também levanta a questão do acesso à reprodução de imagem de obras relevantes de artistas já falecidos, caso restritivo, pode diminuir o acesso de potenciais públicos à herança do artista.

De fato, o interesse econômico na administração e circulação de determinadas heranças artísticas pode se sobrepor a sua valorização e reconhecimento simbólico, mas não se pode atribuir unicamente ao mercado a responsabilidade por esse problema. Trata-se de dois problemas distintos, mas inter-relacionados: um diz respeito à exploração comercial de propostas que deveriam ser reproduzidas e compartilhadas de forma mais livre, e o outro se refere à frequente falta de profissionalismo e de estratégias claras de gestão dos espólios de artistas como Lygia Clark, que se reflete, entre muitos outros aspectos, na ausência de um padrão de procedimentos e valores para se autorizar o empréstimo de uma obra, a reprodução de sua imagem, e o acesso a informações sobre os artistas para pesquisa e publicações[5]. (FIALHO, 2013)

Outro exemplo do interesse mercantil e a experiência do espectador foi a exposição patrocinada pelos cigarros Souza Cruz e a marca Carlton, *Encontro com Arte, Afinidades e Diversidades* realizada em um galpão na cidade de São Paulo em 2004, que contava com obras do americano Frank Stella e do brasileiro Nuno Ramos. Antes de entrar na exposição o público deveria declarar se era fumante ou não, caso não fosse não era permitida sua entrada. A solução para aqueles que não eram fumantes era registrar-se com outro nome e, então mentir ser fumante. Ou seja, despir-se de sua identidade em reverência à marca e seus alvos de mercado. (DE MORAES, 2005)

Outro problema enfrentado, principalmente nas obras de caráter mais relacional, está na conservação dessas e a experimentação do público. O artigo escrito por Maria Theodoraki para a revista *Voices of Contemporary Art (VOCA)* intitulado *Issues of Display: Protecting the Object, Damaging the Artwork* em 2017,

trata justamente desse assunto. Nele, ela disserta justamente sobre o problema gerado na apresentação dos Bichos de Lygia Clark, citando duas exposições realizadas, *Lygia Clark: Organic Planes* no Henry Moore Institute em Leeds, em 2014 e *Adventures of the Black Square*, na Whitechapel Gallery em London, em 2015.

Segundo Theodoraki, desde o simpósio *Modern Art: Who Cares*, em 1997, os agentes participantes da comunidade artística tem aumentado o esforço para preservar a autenticidade das obras de arte, não só sobre questões materiais, mas também sua experiência intelectual. Entretanto, quando a obra entra nos espaços expositivos e se deflagra com o público, muitas vezes as instituições impõem barreiras, distorcendo, assim, a ideia inicial do artista (THEODORAKI, 2017).

Segundo a autora (THEODORAKI, 2017), o desejo de Lygia era a total experiência do público ao se defrontar com o objeto e qualquer limitação imposta seria repudiada pela artista. Theodoraki ainda cita que durante o período de tempo que Lygia era viva e seus Bichos foram exibidos, a artista deixava instruções claras para a permissão da manipulação das obras pelo público. Entretanto com a valorização das suas obras nos últimos anos, exibidores cada vez mais restringem o acesso completo deste às suas obras, alterando completamente a intenção da artista, e abrindo precedentes para que este tipo de atitude privilegie não o artista e sua obra, mas sim aquele que tem sua posse.

Visitors were deprived of an embodied experience with the artwork and were directed towards a solely visual and cerebral understanding of it. At the same time, when the objects are presented inside display cases or on raised plinths – in other words, when they are presented as invaluable, rare, and fragile objects, in danger of being damaged by human touch – the quality of the non-hierarchical relationship the artist was developing between artwork and audience is subverted. The artwork is thereby inserted in a family of objects that Bicho originally existed against. This misrepresentation not only obliterates the work's historical significance and misinforms the public, it also eradicates the potentiality of the artwork's intended social role – given that this role was seen by the artist as wholly dependent on a specific relationship between object and audience. Further, when institutions do not represent art history accurately, they also hold art history back, since for art to evolve the new generation of artists needs to experience the work of the past, as it was intended to be experienced. Finally, with a compromised public presentation of a work, a historical precedent is created, that will, very likely, be followed by other similar presentations until the authentic artwork is completely forgotten. (THEODORAKI, 2017)

Para a autora, o primeiro e principal argumento para tal conduta restritiva está na conservação do objeto, porém o discurso que se vem desenhando nos últimos anos sobre esse assunto é que, em alguns casos, os danos ao objeto artístico fazem parte da concepção da obra pelo artista e propor mudanças na sua exibição, de forma a preservar o objeto, deveria ser evitado. Para a autora os Bichos se aplicariam a este caso. Outro ponto importante levantado é que nos contratos de venda das obras, muitas das vezes não preveem o modo de exposição da obra, o que, então, fica a critério dos colecionadores privados ou públicos (THEODORAKI, 2017).

Mesmo quando apresentada em instituições de renome, com alto valor cultural, diversas obras sofrem restrições que por sua vez podem alterar o sentido da obra. Theodoraki cita o caso dos Bichos na exposição retrospectiva *Lygia Clark: The Abandonment of Art, 1948–1988* realizada no Museum of Modern Art (MoMA) em Nova York em 2014, no qual não se mediu esforços para proporcionar uma exposição de acordo com as ideologias da artista. Assim, foi apresentada uma série de réplicas dos Bichos que eram livremente manuseadas pelo público, porém outro conjunto de peças a manipulação não era permitida dado que eram originais da época. Apesar de feitos do mesmo material, por um processo industrial e ter o

mesmo desenho/configuração, sendo que a única diferença é que um grupo foi encomendado pela artista e ou outro pela instituição em nome da artista, a divisão na apresentação causa um problema hierárquico segundo a autora.

By creating a space for discrimination between 'more' and 'less' important objects and then providing access only to the latter, the subtext of trust, equality, synergy and interdependence that defines the original relationship of Bicho with its audience is destroyed. Further, the concept of the 'original' goes against both the material reality and the conceptual identity of Bicho. Clark, justifying her decision to produce Bicho as unlimited multiples, had noted that "a 'multiple' is a concept which negates, which refutes the aristocratic idea of the originality of an artist's work. This is why I do not like the idea of a limited number of 'multiples'; by definition it should be unlimited. (THEODORAKI, 2017)

Outro exemplo de como a forma de apresentação das obras pode alterar o significado da mesma pode ser observado nas críticas sobre a retrospectiva da artista servia Marina Abramovic denominada *Marina Abramovic: The Artist is Present* realizada no MoMA em 2010. Na recriação das diversas performances realizadas na instituição, algo que já era motivo de críticas para alguns, a *Imponderabilia* originalmente realizada na Galleria Comunale d'Arte Moderna em Bologna, 1977, a reperformance teve diversos dos seus parâmetros originais alterados visando cumprir regras de seguranças colocadas pela instituição. A performance original e a reperformance consistia de duas pessoas nuas em uma entrada, onde os visitantes eram forçados a passar lateralmente entre os dois performances, virados para a figura masculina ou feminina. Entretanto, quando apresentada no MoMA, os performances foram colocados em uma distancia muito maior que a apresentada na original e os visitantes ainda contavam com uma outra entrada, caso não quisessem passar entre os dois. A questão da proximidade dos performances foi mantida como planejado para a exposição, o argumento que uma maior entrada permitia tanto que os performances permanecessem próximos, como no original, mas também pudessem se afastar no caso de necessidade, por exemplo, a passagem de uma pessoa de cadeira de rodas. A segunda entrada permaneceu até o final da exposição, uma vez que era obrigatória segundo *Americans with Disabilities Act*.

Esses foram apenas alguns exemplos de como a própria apresentação da obra ou as restrições impostas por museus e instituições podem minar o trabalho de um artista. Entretanto, não só as limitações declaradas podem alterar o sentido de

uma obra quando esta é apresentada ao público, o próprio carácter sacralizado dos museus e instituições acabam por direcionar o comportamento do público. Ao entrar em um museu ou galeria o público, muitas vezes, se depara com um ambiente quase imaculado e sublime o que o remete tanto aos tempos religiosos quanto aos centros de saúde. A magia do *White Cube*² tem um efeito duplo, pois é capaz potencializar determinados trabalhos, mas também destruir outros uma vez que é pouco convidativo, às vezes até repulsivo à experimentação do público com as obras.

O'Doherty (2002) aponta que as galerias são construídas de forma a sacralizar os objetos artísticos, ou seja, estas são capazes de transformar qualquer objeto em um bem mais elevado, separando-os do comum.

A galeria é construída com preceitos tão rigorosos quanto os da construção de uma igreja medieval. O mundo do exterior não deve entrar, de modo que as janelas geralmente são lacradas. As paredes pintadas de branco. O teto torna-se a fonte de luz. O chão de madeira é polido, para que você provoque estalidos austeros ao andar, ou acarpetado, para que você ande sem ruído. A arte é livre, como se dizia, “para assumir vida própria”. Uma mesa discreta talvez seja a única mobília. Nesse ambiente, um cinzeiro de pé torna-se quase um objeto sagrado, da mesma maneira que uma mangueira de incêndio num museu moderno não se parece com uma mangueira de incêndio, mas com uma charada artística. (O'DOHERTY, 2002, p.4)

Daí pode-se fazer uma analogia que o processo de legitimação poderia ser um procedimento quase de beatificação do artista, separando este dos outros mortais e afirmando a devoção do seu público.

Segundo O'Doherty (2002), as galerias, e também museus e instituições da era clássica, onde a relação artista e público é polarizada são lugares em que estão presentes uma construção social, quer dizer lugares que por suas características propõem uma hierarquização social.

Para muitos de nós, o recinto da galeria ainda emana vibrações negativas quando caminhamos por ele. A estética é transformada numa espécie de elitismo social – o espaço da galeria é *exclusivo*. Isolado em lotes de espaço, o que está exposto tem a aparência de produto, joia ou prataria valiosos e raros: a estética é transformada em comércio – o espaço da

²Refers to a certain gallery aesthetic characterised by its square or oblong shape, white walls and a light source usually from the ceiling. Verbete: White Cube (TATE, 2018)

galeria é *caro*. O que ele contém, se não se tem iniciação, é quase incompreensível – a arte é *difícil*. Público exclusivo, objetos raros difíceis de entender – temos aí um esnobismo social, financeiro e intelectual que modela (e na pior das paródias) nosso sistema de produção limitada, nosso modo de determinar o valor, nossos costumes sociais como um todo. Nunca existiu um local feito para acomodar preconceitos e enaltecer a imagem da classe média alta, sistematizado com tanta eficiência. (O'DOHERTY, 2002, p. 85)

O encontro com a obra, na maioria das vezes, se dá frente a um conjunto de interpretações preestabelecidas, pertencentes a um ambiente social consolidado onde o posicionamento e a opinião do público aparecem como elementos divisores deste contexto. (ESQUENAZI, 2006)

O'Doherty (2002) se referi às galerias da era clássica como um espaço em que há um distanciamento da obra e espectador, atualmente, grande parte das galerias ainda guardam esse sentimento no público. Seja em galerias, em museus ou instituições de arte, a percepção do público ainda permanece a mesma. Esses são lugares de diferenciação social e de elitismo. Assim sendo, a experiência do público fica condicionada, muitas das vezes, pelas normas implícitas a essas esferas e assim o experimentalismo, tanto dos artistas quanto do público, fica contido pelas regras sociais.

A relação das instituições e do público passa também por outra esfera, muitas vezes política, econômica ou simplesmente por interesses próprios. Instituições e museus em sua essência deveriam ser guardiões, incentivadores e disseminadores do patrimônio cultural de uma sociedade, porém esta disputa de interesses coloca esses entes em uma situação paradoxal. O'Doherty (2002) chama atenção para o caráter ambíguo das galerias e museus, tanto pela questão de serem responsáveis por selecionar e apresentar a sociedade aquilo que seria capaz de expandi-la, mas também pelo seu papel como provedores de entretenimento.

Os museus e as galerias encontram-se na situação paradoxal de intervir numa produção que abra a consciência, contribuindo assim, livremente, para o necessário entorpecimento das massas – que se dá sob o pretexto do entretenimento, por sua vez consequência *laissez-faire* do lazer. (O'DOHERTY, 2002, p. 106)

O meio artístico, assim como os museus e instituições, fazem parte do que se pode denominar da indústria da consciência (HAACKE, 1984). Estes são responsáveis por editar e apresentar ao público o conteúdo cultural relevante de

uma sociedade. Haacke destaca a questão social por trás da construção da consciência e, sendo assim, a consciência não é algo puro, independente, livre de valores, autossuficiente e universal. Para o autor, a consciência é um conflito de interesses e seus produtos, sejam eles ideias, objetos, lugares etc. são o resultado desses interesses e das interpretações do mundo para cada um. Sendo assim, os produtos e até os meios de produção dos mesmos não são neutros, sofrem a influência do ambiente ao seu redor, físico e social, maculando aquilo que o cerca. A partir do momento que esses produtos, e agora o caso mais específico dos objetos artísticos, saem da esfera individual e alçam seu caminho de reconhecimento pelo público, as ideias contida nos mesmos passam a ter um impacto social e cabe aos artistas e os distribuidores, galerias, museus e instituições, medir o tamanho desse impacto. (HAACKE, 1984)

Haacke (1984), então, destaca o papel dos museus e instituições na implantação e propagação de ideias e atitudes, estes trabalham em um dos centros onde o processo de formação da consciência é estabelecido. Sendo assim, museus e instituições apresentam-se muitas vezes como organizações educacionais considerando a educação uma de suas prioridades. A posição livre de viés é uma das bases do discurso institucional. Entretanto, esse discurso pode muitas vezes ser duvidoso, uma vez que deve se questionar as instituições sobre o fato de operarem livremente e, se necessário, renegarem interesses opostos advindos das fontes e autoridades que a financiam e a qual se reportam.

Museus e instituições, então, refutam a ideia que apresentam algum viés sobre os trabalhos que apresentam e proclamam sua imparcialidade. Para Haacke (1984) a imparcialidade é um ideal, por mais que o conceito teórico seja válido, pouco atingível para as instituições, dado que a própria consciência não sofre de uma imparcialidade. Esta imparcialidade, a arte pela arte isola-se em um ambiente autossuficiente. Os que acreditam nessa teoria defendem que a arte não deve nem deveria refletir o contexto a qual está inserida. Porém, a própria manifestação desses indivíduos acaba por afetar o próprio ambiente social. Assim, doutrina de arte pela arte, sem qualquer viés ou influência, associada a conceitos políticos num mundo democrático e individualizado, serve como álibi a museus, que podem ignorar o caráter ideológico dos trabalhos assim como as implicações ideológicas desses quando apresentados ao público. À proporção que se ignora o papel e as

consequências ideológicas de tais conceitos, com o passar dos anos pode servir como prática para doutrinação. (HAACKE, 1984)

Para Haacke (1984) museus e instituições, sejam privados ou públicos, são responsáveis por um discurso e pelas consequências do mesmo na sociedade, porém a proclamação de que são agentes independentes e imparciais não cabe, dado seu caráter político. Os interesses das instituições públicas ficam mais à mercê da corrente política atual no poder, já as privadas tendem a ser menos afetadas por isso. Embora, não estejam imunes a fatores políticos uma vez que também dependem de apoio do governo, seja ele direto, por meio de fundos, ou indireto, como isenção de impostos para aquisição e importação de obras, apoio para organização e divulgação de eventos, entre outros.

Politicamente falando, assim como nas bienais, museus e instituições desempenham um importante papel na promoção da cultura local e também na inserção da cultura mundial dentro de uma determinada sociedade. Por isso, muitas vezes estes eventos podem servir de instrumentos para estreitar relações políticas entre países ou mesmo funcionar como *marketing* de governo com outros países.

O financiamento de museus e instituições é, por vezes, fonte de controvérsias nas direções tomadas por estas. Na Europa prevalece uma tradição pública, enquanto nos Estados Unidos é realizada, primordialmente, por meio de doações de indivíduos privados e organizações filantrópicas. Entretanto, instituições europeias têm cada vez mais apresentado uma composição mista, aceitando doações de colecionadores privados de relevância. Com isso, muitos desses colecionadores acabam por ter influência nas direções tomadas pelos museus e instituições.

O processo de espetacularização das exposições e a demanda por cada vez mais visitantes, coloca os museus e instituições em uma posição complicada, uma vez que o financiamento dessas exposições é de difícil realização apenas com recursos públicos. Desta forma, o financiamento corporativo acaba por ser uma das saídas para tais instituições. Quanto maior a exposição e mais espetacular, maior também será a expectativa do público e assim uma nova demanda por esse tipo de exposição, *blockbusters*, é consolidada e estabelecida. Assim, aumentando a dependência das instituições ao meio corporativo. (HAACKE, 1984)

Ambitious exhibition programs that could not be financed through traditional sources led museums to turn to corporations for support. The larger, more lavishly appointed these shows and their catalogues became, however, the

more glamour the audiences began to expect. In an ever-advancing spiral the public was made to believe that only Hollywood-style extravaganzas were worth seeing and that only they could give an accurate sense of the world of art. (HAACKE, 1984, p. 285)

Empresas e corporações, então, passaram a ver o apoio às instituições não somente como um ato de filantropia, mas observaram que a associação às instituições traziam benefícios para além do investimento que fizeram. Para as empresas, as associações com museus e instituições de arte trazem consigo uma projeção de uma imagem benéfica em termos sociais. Além disso, no longo prazo as associações podem gerar efeitos positivos às empresa, à medida que dão maior acesso a estas a fim de realizar *lobbies* com agentes do governo para ações em seu favor e funcionam como “a shield against scrutiny and criticism of corporate conduct”. (HAACKE, 1984, p. 286) A par disso as instituições perceberam quais tipos de exposições são capazes de atrair maiores financiamentos e também ações que não são de bom grado aos patrocinadores.

It is fair to assume that exhibition proposals that do not fulfill the necessary criteria for corporate sponsorship risk not being considered, and we never hear about them. Certainly, shows that could promote critical awareness, present products of consciousness dialectically and in relation to the social world, or question relations of power have a slim chance of being approved-not only because they are unlikely to attract corporate funding, but also because they could sour relations with potential sponsors for other shows. (HAACKE, 1984, p. 287)

Entretanto, é necessário, ou ao menos desejável, que as influências políticas ou financeiras não sejam visíveis, uma vez que como instituição esta deve primar pela imparcialidade. A aparência de uma imparcialidade, pelo menos ao público, é algo desejável pelas instituições, mas não somente por um ideologismo, mas também para a própria credibilidade e promoção da instituição e da própria arte em si.

It is usually required that, at least to the public, institutions appear nonpartisan. This does not exclude the sub rosa promotion of the interests of the ultimate boss. As in other walks of life, the consciousness industry also knows the hidden agenda which is more likely to succeed if it is not perceived as such. It would be wrong, however, to assume that the objective and the mentality of every art executive are or should be at odds with those on whose support his organization depends. There are natural and honorable allegiances as much as there are forced marriages and marriages

of convenience. All players, though, usually see to it that the serene facade of the art temple is preserved. (HAACKE, 1984, p. 284)

Assim, a interferência direta de posições políticas ou corporativas é difícil de observar. Como citado anteriormente, Sheikh (2011), fala sobre a possível influência do sistema das galerias sobre as escolhas nas bienais e de como isto é pouco comentado. O mesmo pode-se dizer sobre as influências políticas e empresarias por trás dos museus e institutos de arte.

Existe um processo de ocultação, seja pelo circuito artístico ou mesmo por uma predisposição do público, ao preferir não enxergar, o caráter seletivo inerente ao circuito artístico. Afinal de contas, é substancial para todo o meio artístico a ideia romântica de autonomia da arte e do artista.

A ideia da arte – autonomia, valor absoluto, critérios estéticos – e, paralelamente, a ideia do artista- exprimindo uma nova realidade, crítica da sociedade e de seus valores mercantilistas (a arte não tem preço) – contribuem para ocultar o processo que foi descrito. (CAUQUELIN, 2005, p. 80)

Para Cauquelin (2005), o julgamento do público é muitas vezes colocado entre parênteses, visto que é o circuito artístico que determina aquilo do qual trata a arte contemporânea. “Que é de fato arte, uma vez que obras estão expostas em um local *ad loc*, no museu ou em galerias de arte contemporânea” (Cauquelin, 2005, p. 79). É o próprio circuito artístico que determina o que é ou não arte para o público, desta forma o público passa a ser não um consumidor da arte em si, mas de todo sistema que esta carrega.

Nessa última etapa, eu deveria coroar o circuito colocando à disposição de todos o resultado de um tão longo trabalho, é ainda o continente que prevalece sobre os conteúdos; é a ‘exposição’ que carrega a significação: ‘isto é arte’, e não as obras. É a rede que expõe sua própria mensagem: eis o mundo da arte contemporânea. E assim o público consome a rede, enquanto a rede consome a si própria. (CAUQUELIN, 2005, p. 79)

Seja públicas ou privadas, financiadas por estados, colecionadores ou empresas, as instituições são geradoras de uma consciência e trabalham na construção, modificação e estabelecimento de ideias, o público é, muitas das vezes, apenas o elemento absorvedor.

2.3.3. Rupturas, isolamentos e resistências

Claro que existiram e existem curadores, galeristas, espaços, correntes artísticas, artistas e obras que tem como principal motivação, justamente, a crítica ao sistema estabelecido, ou seja, ao circuito artístico, instituições e mercado. Muitos artistas, vão mais além desta e questionam também os próprios objetos, a relação com o público e os caminhos da arte.

Segundo a artista e crítica de arte Andrea Fraser (2014) a crítica institucional é a arte que tem como principal motor, expor a estrutura e a lógica por trás dos museus e das galerias. Para a autora a crítica institucional se diferencia das demais correntes justamente pelo seu processo, “*critically reflexive site-specificity*”. Ela ocupa as especificidades (*specificity*) do espaço (*site*) onde são estabelecidas as relações sociais, ou seja, ela trabalha sobre o terreno das relações estabelecidas nos meios que a arte habita e as implicações sociais dessas relações, daí seu caráter reflexivo (*reflexive*). Seu componente crítico (*critically*) não tem como objetivo afirmar ou reforçar o espaço ou as relações que habitam ao meio artístico, mas sim problematizá-lo e alterá-lo. À vista disso, a crítica institucional propõe não só alterar as manifestações visíveis, mas adentrar e transformar a forma que estas são construídas. Pode-se dizer também que esta crítica não é apenas uma situação ou lugar para acolhimento para manifestações alternativas contra hegemônicas, ela se situa no processo que estabelece as relações de poder no meio artístico. (FRASER, 2014)

A crítica institucional, diferente da arte política ou ativismo cultural, foca no campo primário da própria prática, trabalha dentro e sobre o ambiente artístico. Porém, não se restringe apenas a arte sobre arte, mas a todas as relações contidas no circuito artístico.

As relações que constituem qualquer site artístico incluem sempre relações entre o campo artístico e outros campos, relações examinadas não somente em termos de intrusão [encroachment] ou instrumentalização (p.ex. patrocínio corporativo), mas também em termos de homologias de estrutura e interesse (p.ex. a corporativização de museus, galerias e até mesmo estúdios). (FRASER, 2014, p. 2)

A crítica institucional se estabelece na dualidade, pois as relações a qual se refere não são exteriores as que a própria está inserida e não se encontra separável desta, ou seja, a própria crítica institucional carrega, ou, ao menos, deveria carregar

a crítica a si mesma. A crítica à autonomia e separação entre sujeito e objeto é ao mesmo tempo internalizada dentro da crítica institucional. Assim, gera-se um ciclo, não pela constante incorporação do externo e manifestação do interno, mas por uma retroalimentação proporcionada pela mesma. Nega o exterior e as rupturas, visto que estas são internalizadas e aceitas pelo próprio sistema que as cria. (FRASER, 2014)

E é o que faz da Crítica Institucional, assim como da Psicanálise, algo tão profundamente difícil, pois intervir em relações em suas manifestações sempre significa também que você mesmo participe em sua manifestação, no entanto, de forma consciente.

(...)

A Crítica Institucional incorpora essa separação, a qual nós também internalizamos, e contém sua irredutibilidade, recusando as projeções (o “fora”, o “cotidiano”) e idealizações (mitos de radicalidade artística e onipotência criativa) com os quais nós poderíamos talvez repudiar o fracasso que é a nossa herança artística e nos cegar à tragédia de nossa atualidade artística. (FRASER, 2014, p.3)

Diversas correntes emergiram e/ou ganharam força nos final dos anos 50 e ao longo anos 60 e 70 que procuravam combater o formalismo do meio artístico, levantando as questões sobre o objeto de arte e também o circuito artístico. Os objetos artísticos tiveram sua importância diminuída, uma vez que procurava-se aproximar o espectador da obra. A proposta seguia para um caminho além da contemplação, passando assim para uma experiência. Assim, “viewers no longer came to visit; they came to live an experience from which it would be difficult to maintain a distance.” (POINSOT, 1986, p. 47)

Desta forma, iniciou-se o processo de chamado por Lucy Lippard (1973) de desmaterialização da obra de arte, onde sua ideia prevalecia sobre o objeto. A ideia fetichista sobre a obra original, o aspecto técnico da arte e sua inserção nos circuitos artísticos tornam-se, então, secundários. Uma nova maneira de pensar arte emergia, assim como novas mídias de representação apareciam, novos espaços, não tradicionais, foram ocupados e uma nova audiência emergia.

A arte dos anos 70 é variada, constituída de gêneros sem hierarquia e soluções bastante provisórias – na verdade, instáveis. O maior empenho não mais se concentra na pintura e na escultura convencionais (os artistas novos têm um bom faro para o esgotamento histórico), mas sim nas categorias mistas (*performance*, Pós-Minimalismo, vídeo, harmonização do

ambiente), que apresentam situações mais temporárias contendo um exame de consciência.

(...)

Sem dúvida grande parte do final dos anos 60 e 70 tinha este tema: Como o artista encontra outro público ou um contexto em que sua visão minoritária não seja cooptada? As soluções apresentadas – local específico, temporária, sem comercialização, fora do museu, dirigida a um público que não o de arte, passando do objeto para o corpo e para a ideia, até para a invisibilidade – não se mostraram inacessíveis ao apetite assimilador da galeria. (O'DOHERTY, 2002, p. 87 e 113)

Em *Six Years: The Dematerialization of the Art Object from 1966 to 1972*, de Lippard (1973), apresenta justamente os eventos, artistas, textos, ideias, lugares entre outros que foram representativos para essa transformação. Apesar do termo desmaterialização parecer talvez um tanto quanto controverso, dado que “a piece of paper or a photograph is as much an object, or as “material”, as a ton of lead”, a desmaterialização trata principalmente do caráter único, permanente, atrativo visualmente. (LIPPARD, 1973, p.5)

A arte conceitual foi e é uma das principais vertentes que questiona o caráter físico da arte, colocando o conceito e a atitude mental à frente da aparência. A arte conceitual desvincula a prática artística do objeto e a matéria da arte está na ideia, aproximando-a de uma linguagem. A realização da obra fica em segundo plano e não existe exigência que a obra seja construída pelo artista, este pode delegar a parte física para alguém de maior capacidade técnica. A arte conceitual procura revisar o formalismo e a visão tradicional, ocidental da obra de arte, deixando de ser primordialmente visual para ser ideia e pensamento. Além do ataque ao formalismo, as instituições e o circuito artístico também são alvos de críticas. George Maciunas, um dos fundadores do Fluxus, em seu manifesto em 1963, deixa clara sua intenção de luta por uma arte livre do mercado e das instituições, uma arte que atingisse a todos. (ARTE CONCEITUAL, 2018)

Purge the world of bourgeois sickness, “intellectual”, professional & commercialized culture, PURGE the world of dead art, imitation, artificial art, abstract art, illusionistic art, mathematical art, - PURGE THE WORLD OF “EUROPANISM”!

(...)

PROMOTE A REVOLUTIONARY FLOOD AND TIDE IN ART, Promote living art, anti-art, promote NON ART REALLY to be ~~fully~~ grasped by all peoples, not only critics, dilettantes and professionals.

(...)

FUSE the cadres of cultural, social & political revolutionaries into united front & action. (MACIUNAS, 1963)

O conceitualismo elimina a visão do espectador à frente da obra de arte, este agora é participativo à medida que é forçado a trabalhar a ideia, o seu intelecto, e partir desse momento é retirado da própria condição de espectador.

Nesses casos extremos, a arte torna-se a vida da mente ou a vida do corpo, e cada qual dá sua compensação. O Olho desaparece na mente, e o Espectador, num suicídio ilusório do suplente, induz à sua própria eliminação. (O'DOHERTY, 2002, p.68)

O desligamento da arte sobre o objeto traz novas perspectivas para o meio artístico e diluem os limites daquilo que possa ser considerado arte ou não. Desta forma, a separação entre arte e artista, arte e os meio de representação, arte e objeto, arte e corpo, arte e público, arte e social, arte e institucional, arte e mercado, arte e vida se dissolvem.

Para Lippard (1973) os avanços da arte conceitual sobre o mercado e as instituições foi muito pequeno. Os artistas conceituais mais importantes da época continuaram a vender seus trabalhos por elevados preços e ainda continuavam a ser representados e apresentar seus trabalhos em importantes galerias. Entretanto, para a autora a contribuição estética, promovida na época, considerando a arte como ideia foi marcante. Os artistas da época conseguiram promover um circuito paralelo de arte e ideias, para além do objeto decorativo, e, talvez, mais importante, quebrar o formalismo da definição do que é arte ou não.

A arte experimental é outra corrente que procura quebrar a relação entre arte e objeto, arte e circuito artístico. Aqui considerando-se não somente o experimental sobre expansão dos limites de conceitos e materiais, mas também sobre a ótica da experiência do espectador em si. Assim como os conceituais, a obra então deixa seu caráter físico, sua realização é alcançada pela experiência vivida pelo espectador, sendo assim o artista seria apenas um propositor. Para Helio Oiticica, em seu texto *Experimentar o Experimental*, publicado na Revista Navilouca em 1972, o experimental coloca em xeque a própria natureza da obra de arte, é crítica não só ao circuito das artes, mas também a própria materialização e reflexão da obra. Lygia

Clark, Lygia Pape e outros conterrâneos também partilham de uma mesma visão focada na experimentação do espectador, arte como momento e não como matéria física.

sentença de morte para a pintura começou quando o processo de assumir o experimental começou

durante década começando em 59 minha obra passou a assumir o experimental

conceitos de pintura escultura obra (de arte) acabada display contemplação linearidade desintegraram-se simultaneamente

(...)

pintura escultura arte (obra &tc.) hão de continuar na área competitiva (até bolsa de arte já temos) mas q têm a ver com assumir o experimental

(...)

talentos q pintam desenhavam gravavam CONSERVAM q não querem adiar evitam o experimental

(...)

pintura passou a ser pet da burguesia conservadora

cachorro bombom e pintura tapete cortina ir ao museu à madison vernissages

(...)

o experimental não tem fronteira para si mesmo é a metacrítica da "produção de obras" dos artistas de produção (OTICICA, 1972, p. 31 e 32)

A crítica seja ao sistema vigente, seja pela própria visão sobre a arte em si, sempre foi preocupação de uma parcela dos artistas. Desde dos impressionistas que saíram dos seus ateliês para observar o objeto no seu estado natural e, assim, iniciando o processo de diluição da representação figurativa. Passando pelo urinol de Marcel Duchamp, que foi recusado no Salão dos Independentes, em Nova Iorque. A construção, do que hoje pode-se chamar de instalação, do Merzbau de Kurt Schwitters. John Cage e sua arte sonora. Os movimentos de desmaterialização durante os anos 60 e 70. Helio Oiticica com seus Parangolés ou Lygia Clark com seus exercícios experimentais de estruturação do *self*. Até mais recente quando o próprio Damien Hirst emplacou uma ação, apesar de muito controversa, contra ao mercado quando colocou 223 obras à venda, em um leilão realizado na Sotheby's em Londres, arrecadando cerca de 111 milhões de libras. Nas palavras do artista

Cildo Meireles, em sua entrevista realizada por Angélica de Moraes (QUEMIN, 2014), diz que Hirst muitas vezes expõe a estrutura por trás do circuito artístico, principalmente, do mercado de arte.

Hirst escancara o artificialismo desse mercado. É uma atitude muito saudável. Ele joga luz em mecanismos recorrentes, ajuda a expor a estrutura vigente, a artificialidade de uma estrutura que, mesmo quando procura se fundar em possível historicismo, você sabe que tem coisas manipuladas. Gosto especialmente do leilão que Hirst promoveu dos próprios trabalhos sem que tivessem passado primeiro por uma galeria. Aquilo foi performance superirônica. Ali, ele quebrou o paradigma do mercado: até então, novos trabalhos eram vendidos em galerias. Obras já existentes no mercado se vendiam nos leilões ou, como ele é chamado, no mercado secundário. Hirst juntou mercado primário e secundário em uma coisa só. Riu de tudo e ainda embolsou uma montanha de dinheiro. (QUEMIN, 2014, p.108)

Todos esses esforços e um incontável número de artistas, espaços independentes, galerias com pouco cunho comercial, curadores que atuam de forma mais independentes, entre outros milhares de agentes e ações procuram fugir do institucionalismo e mercantilismo existentes no universo artístico. Entretanto, o quadro atual levanta a questão da efetividade desses agentes e ações. Resultado de uma conjuntura, a situação atual, principalmente quando se fala das esferas mais altas do processo de legitimação e credibilidade e aponta para um fortalecimento do caráter mercantil, onde a cultura se transfigura em uma indústria. As duas pontas dessa organização apresentam-se como vítimas passivas diante do que os é apresentado, mas não pode-se negar também seu caráter contribuinte para a manutenção do *status quo*. Aqueles que seguem suas ideias e convicções muitas das vezes se deparam inúmeras vezes impotentes frente aos meios já estabelecidos, sentem-se limitados, incompreendidos e muitas vezes frustrados.

Daí o desconforto dos profissionais que querem permanecer fiéis à imagem que fazem de seu trabalho (eles são os descobridores, os defensores da inovação, os amantes das artes, os juízes *experts* na questão da qualidade das obras), ao mesmo tempo constrangidos pela existência de uma rede que adota outros valores. (CAUQUELIN, 2005, p. 82)

3. O PÚBLICO

Ao pensar no conceito de público, o que está se tentando referir? Na busca por uma definição o conceito é de difícil qualificação única. Mesmo dentro do meio artístico, o conceito pode ser desmembrado em diversas subcategorias e divisões. Transeuntes em uma praça onde ocorre um evento artístico, visitantes de museus e galerias, espectadores de concertos ou espetáculos, frequentadores de bibliotecas, audiência de programas de rádio e TV, leitores de revistas, jornais e livros, etc. Todos são muitas vezes apontados como público, mesmo que apresentem características heterogêneas, ou entre as diversas categorias ou dentro do próprio grupo no qual está inserido.

Segundo Esquenazi (2006), a sociologia propõe que o público como algo de difícil conceituação, já que, primeiro, é preciso definir as situações que possuem público para em um momento à posteriori, defini-lo; segundo, o grupo que forma o público é quase sempre ou sempre heterogêneo, daí sua caracterização é de difícil definição e previsão. Desta forma, o conceito, principalmente, em atividades culturais, é instável. Segundo o autor, pode se abordar a definição de público por sete diferentes concepções. O primeiro entendimento seria pela determinação do público a partir de situações onde esta aja sobre ele, quer dizer, público como espectador, o público ativado pela obra. A segunda seria a abordagem estatística. A terceira seria a lógica comercial e dos produtos, no qual este é definido pelos produtores por meio dos seus produtos. A quarta aproximação seria pelas classes sociais, em que o diálogo com a obra depende de um número de competências acessíveis somente por determinadas classes. A quinta seria a divisão dos públicos de acordo com gênero, nacionalidade, cultura etc. Sexta seria uma aproximação etnográfica da sociologia de forma a compreender o impacto dos produtos sobre um contexto interacionista. Por último, o conceito de público a partir da organização simbólica (ESQUENAZI, 2006).

Para Teixeira (1999) o conceito de público cultural é disperso. O público de arte não pode ser definido apenas como uma massa uniforme, mas sim como um grupo distinto entre si, desde divisões mais básicas como, público de arte visuais, público de cinema, público de teatro, público de bienais etc, até divisões por nacionalidade, poder aquisitivo, grau de escolaridade, idade etc. Dentro de uma mesma categoria ainda é necessário admitir a heterogenia do grupo seja por

características físicas ou socioculturais como também motivacionais. Teixeira (1999) ressalta essas diferenças ao citar o exemplo do público da Bienal de São Paulo onde uma variedade de indivíduos com diferentes características e motivações estão presentes no evento.

Por exemplo, o "público" da Bienal de São Paulo realizada num grande pavilhão de três andares em meio a um parque arborizado, procurada por levadas de estudantes secundários e interessados ocasionais que se misturam a especialistas e amadores bem informados de diversificada origem - é composto por uma variedade de conjuntos que têm, cada um, uma motivação, meta própria e comportamento específico. Uns procuram na exposição uma ocasião de lazer, outros querem informação, outros ainda buscam sensações estéticas - enfim a heterogeneidade é a regra e com ela vem a impossibilidade ou inutilidade de falar-se, de maneira ampla e genérica, num público da Bienal. (TEIXEIRA, 1999, p. 321)

Para efeito de simplificação deste trabalho cabe pensar em um público, ou conjunto de pessoas que se defronta a um objeto das artes plásticas de maneira mais intencional do que aleatória, mas sem excluir eventos randômicos como, por exemplo, encontros entre público e as diversas formas de manifestações artísticas urbanas. Desta forma, evoca-se a lógica de Esquenazi (2006) de público ativado pela obra. É nesse público que o trabalho procura se centrar, um público, seja observador ou espectador, participativo ou não, consumidor, usuário, especializado ou não, qualquer que seja seu grau de envolvimento, mas desde que seja um grau mínimo de interesse.

Partindo dessa ideia pode-se ratificar o argumento de Teixeira (1999), por exemplo, em eventos onde o público se posiciona como um grupo de pessoas que não só participam de uma mesma atividade, mas que também possuem comportamento similar, no caso em questão, o envolvimento, em maior ou menor grau, com as artes plásticas, mesmo que possuam diferentes percepções, interpretações e interações entre si.

Público, sob este ângulo, remete ao conjunto de pessoas que não apenas praticam uma atividade determinada, mas diante dela assumem um mesmo tipo de comportamento, sobre ela expressam opiniões e juízos de valor consideravelmente convergentes e dela extraem sensações e sentimentos análogos. Em outras palavras, existe um público quando o conjunto de pessoas que o termo designa coloca-se sob um mesmo guarda-chuva semântico sob mais um aspecto; para esse conjunto, a obra presenciada, lida, ouvida, etc. assume significados (entendimentos particularizados e situados concretamente num espaço-tempo) e significações (soma total das conseqüências da recepção dessa obra: exemplo, a obra levando à realização de outras obras ou à tomada de determinadas decisões políticas, sociais ou filosóficas) de natureza aproximada. (TEIXEIRA, 1999, p. 322)

Almeida (1997) cita que diversos autores procuram classificar o público de arte, no caso o autor escreve sobre público que frequenta museus de arte, de acordo com o grau de aprendizagem do público, uma vez que é difícil quantificar e qualificar o “grau de prazer ou tipos de sensações e emoções provocados por uma visita” (ALMEIDA, 1997, p.325). Assim sendo, a autora propõe uma inicial divisão do público em três grupos. Um pequeno grupo que não está atento ao que vê, mas também pouco aprende; um outro pequeno grupo que possui interesses definidos, o qual vai direcionado para ver e aprender determinado ponto; e um terceiro e grande grupo que explora o museu de forma mais randômica, a espera de se defrontar com algo que o interessa.

Outra divisão em três partes, proposta por Aurora Leon citado por Almeida (1997) para o público de museus de arte, mas que pode ser aplicada ao público interessado em arte de forma geral, também tem premissas baseadas na questão educacional. O primeiro grupo seria o público especializado, que possui olhar crítico e toma o museu como espaço de pesquisa científica, formado por pesquisadores, eruditos, artistas e críticos, ou seja, aqueles que estão imersos no meio artístico e estão à busca de conhecimento e referências. Segundo grupo, seria o público culto, constituído de estudantes universitários, profissionais com nível universitário e pessoas das classes altas, mas sem escolaridade. Esse tem como ponto comum a falta de especialização sobre o tema, mas o desejo de compreensão mais profunda e imediata sobre as obras, exigindo assim um museu com caráter mais educativo. O terceiro é o denominado grande público, composto pela população em geral, compreendendo desde comerciantes, artesãos e trabalhadores até estudante de

primário e secundário. Esse, assim como o segundo, procura museus que forneçam condições mais educativas de forma a aprender e obter melhores esclarecimentos sobre o que é exposto, para isso demandam um museu ou exposições que tenham suporte educativo de forma a aproximá-los daquilo que é exposto.

Ponto interessante das divisões propostas é que são baseadas na capacidade educativa do público frequentador, questões como informação, lazer, prazer e satisfação são colocadas de lado. Isso ocorre da necessidade, por estudiosos e profissionais de museus e instituições, de enaltecer o caráter educacional das instituições, para assim a enobrecer os objetos mostrados e angariar mais verbas “do que se a ênfase fosse pura e simplesmente a informação ou, pior ainda, o prazer...” (ALMEIDA, 1997, p.325).

3.1. Comportamento

A heterogenia de grupos e pessoas que compõe o público artístico coloca um desafio na tentativa de caracterização do seu comportamento. Além disso, os próprios meio que acessam a arte também colocam outra camada sobre o comportamento do público.

Dabul (2009) aponta que grande parte das visitas em exposições de arte é realizada acompanhada, o que decorre em práticas sociais. Assim sendo, essas práticas se juntam e interpolam com a observação e participação com o espaço e as obras. Mesmo quando visitantes não se apresentam acompanhados, ainda assim contam com a presença de outros visitantes, seguranças e outros indivíduos que dividem o espaço consigo. Assim, a experiência com a obra raramente é realizada de maneira individualizada e também não está isolada de outras práticas.

O próprio momento de observação e experiência da obra está condicionado a fatores que incluem a própria condição do indivíduo, mas vão mais além, inclusive questões não preconizadas pelos próprios responsáveis pela organização da exposição. Somando-se a isso, a heterogeneidade do público, distintos locais e circunstâncias e, conseqüentemente, pode-se perceber, no máximo, não uma única tendência ou comportamento, mas sim um conjunto delas. (DABUL, 2009)

Para Dabul (2009), pode-se decompor a ação de observar e experimentar em três procedimentos: aproximação, permanência e visão. A aproximação pode ser determinada por diversos fatores como: tempo disponível para visita; gosto ou desgosto por determinada obra ou estilo; densidade de pessoas posta à frente da

obra ou ao caminho; até mesmo decisões conjuntas quando o visitante está acompanhado. Todos esses fatores influenciam a aproximação à obra e ao estabelecimento da relação com o público, por vezes existem casos onde o visitante “Passar batido” pelas obras expostas significa muitas vezes “passar longe”, ou, no limite, nem chegar a ter contato com elas” (DABUL, 2009, p. 220).

A própria natureza da obra e do espaço expositivo também são determinantes na aproximação. Obras de menor tamanho requerem uma aproximação maior, já obras de grandes dimensões permitem serem observadas de longe ou de perto, caso haja interesse pelo visitante. Movimentos de aproximação e afastamento da obra são comuns naqueles interessados, procuram modificar seu campo e ângulo de visão para assim ter uma melhor e mais completa observação destas, porém este movimento é muitas vezes restringido pela quantidade de pessoas dispostas à frente das obras. (DABUL, 2009)

Iluminação, disposição das obras e recursos restritivos, como faixas pintadas no chão, avisos e mesmo a presença de seguranças, são capazes de influenciar a aproximação das obras. “Burlar os limites estabelecidos de aproximação da obra consiste em procedimento com frequência associado a brincadeiras, sobretudo entre crianças, prática social fundamental e das mais difundidas em exposições.” (DABUL, 2009, p. 222).

Até mesmo o comportamento do público a sua volta pode influenciar a aproximação de um determinado indivíduo, seja por ele estar acompanhando ou em grupo, ou mesmo, pelo simples fato de determinada obra atrair mais pessoas.

Ou ainda, esse fluxo pode refletir a atração que o visitante experimenta por uma obra, numa determinada situação, a alguma aglomeração de indivíduos (como no caso das formadas por visitas monitoradas) ou a algum evento (como risadas) dentro do espaço da exposição. (DABUL, 2009, p. 222)

A permanência frente à obra é parte da ação de observar. Os determinantes para tal são similares à aproximação e podem ser motivados tanto pelo maior interesse do público sobre determinada obra, suporte ou estilo, tempo disponível ou até mesmo por razões circunstanciais, como exposições concorridas, salões demasiados cheios etc. (DABUL, 2009).

A visão, observação e experiência das obras expostas, é, majoritariamente, o objetivo fundamental e exclusivo para a aproximação e permanência; e do

deslocamento da exposição. Segundo Dabul (2009), esse evento é interpolado por diversos fatores e contém múltiplos procedimentos e práticas sociais que tornam difícil estabelecer um denominador comum de algum grupo, segmento social ou mesmo de algum tipo de exposição. Existe um conjunto vasto de “procedimentos que variam de visitante para visitante, de obra para obra, de momento para momento, e que são por natureza difíceis de serem examinados.” (DABUL, 2009, p. 228).

A própria coleta de dados sobre as impressões dos visitantes a cerca de uma obra ou exposição é de difícil comprovação, pois trata-se de uma nova observação realizada por um novo processo de racionalização, como uma revisão daquilo que foi visto e pensado.

Com efeito, o que os atores sociais relatam como a maneira por meio da qual observaram uma obra trata-se de racionalização bastante distante do que de fato ocorre. Por vezes o rápido olhar de um visitante sobre uma obra converte-se, quando o entrevistamos, em rol demorado, extenso e detalhado, de itens que teria observado, sobre o qual teria formulado diversas ideias e em relação ao qual teria experimentado numerosas sensações. (DABUL, 2009, p. 228)

Dabul (2009) ressalta que para grande parte da literatura, a observação direta e visual da obra é tomada como a única e central experiência pelo público nas exposições de arte. “Decorre desse enfoque algo da facilidade de imprimirem o recorte da fruição estritamente estética como objeto e eixo de análise da experiência do público com as artes plásticas.” (DABUL, 2009, p. 230).

Entretanto, Dabul (2009) e por Galard em sua entrevista a Grossmann (2011) apontam para o fator disperso do público. Para os autores o conjunto de fatores que compõem a exposição como a própria arquitetura do local, público presente, a quantidade de obras etc, são potenciais de distração para o público.

Os acompanhantes, os outros visitantes e tudo o que se apresenta aos olhos no ambiente da exposição inclusive, e muito, a própria arquitetura que dá lugar ao espaço expositivo nos prédios de centros culturais e museus de arte – longe de sempre estimularem feixes de atenção separados entre si, mesclam-se também com o dirigido às obras, compondo os mais variados modos de observá-las ou delas distrair-se. (DABUL, 2009, p. 230)

Em relação ao público, permanece esse fenômeno fundamental da dificuldade na relação com as obras, porque todas estão chamando a atenção ao mesmo tempo. O público está um pouco disperso de maneira

totalmente inevitável, eles não olham nada, passam pelas obras e dão uma olhada de dez segundos. (GROSSMANN, 2011, p. 127 e 128)

Deste modo, Dabul (2009) coloca que para os visitantes, mais do que a simples apreciação estética das obras, a fruição do ambiente artístico é o principal proveito para o mesmo. A simples observação está permeada de outras atividades que a envolvem, sendo assim as obras não são sempre apreendidas como elementos isolados, mas sim como parte de um conjunto maior da experiência do visitante. Aquilo que foi abstraído e assimilado por este pode “ou não recortar do modo como artistas e outros profissionais vinculados à exposição pretendiam fossem recortadas.” (DABUL, 2009, p. 236).

Esquenazi (2006) também coloca a questão da tentativa de isolar o ato do espectador, de forma que esta não só estabeleça um diálogo com a obra, mas com todo o contexto no qual o ato está inserido, que contém “pelo menos a respectiva produção, apresentação e grau de legitimidade bem como os modos de interpretação disponíveis.” (ESQUENAZI, 2006, p. 101) Observa-se que tanto para Dabul (2009), quanto para Esquenazi (2009) o ato do espectador está inscrito em um conjunto de processos interdependentes.

3.2. Liberdade

Ao iniciar o debate sobre a liberdade do público deve-se evocar seu caráter fundamental, seja na constituição da obra, na sua participação no circuito artístico e, claro, na experiência artística, afinal é para ele que a obra é direcionada, ao menos em teoria.

Esquenazi (2006) quando coloca a questão de público ativado pela obra, descreve que a constituição deste se verifica pelo processo de ativação da obra e também os sentidos que a permeiam. No caso quando a interpretação da obra é focada no autor, a obra em si perde sua comunicação, pois a identificação do público é com o autor, de certa forma este se coloca como *alter ego* do artista.

Sobre a questão da interpretação das obras por elas em si, Esquenazi (2006) coloca que o ato de recepção se dá pelo esvaziamento das preocupações do público. Este, então, de maneira mais sensível propõe-se a uma leitura mais exaustiva da obra e esta torna-se impessoal à medida que não é endereçada, mas sim é aprendida e absorvida por aquele através de insights.

Já a interpretação genérica da obra depende da capacidade do público de associar esta aos seus conhecimentos sobre gênero a que essa pertence, ou ao menos, ao gênero que o público a classificou. “A obra é entendida como elemento de uma certa classe de objetos, definida convencionalmente ou pela experiência.” (ESQUENAZI, 2006, p. 17).

Rancière (2010) em sua obra *O espectador emancipado* evoca o poder de participação do público na experiência artística e se aproxima da visão de público ativado pela obra de Esquenazi (2006), no qual este é parte integrante da obra. Rancière (2010) inicia suas considerações com o argumento que a arte contemporânea precisa atravessar as fronteiras e os papéis a qual cada competência artística pertence. A própria tendência da arte contemporânea é que todas as competências artísticas tendem a sair do seu domínio e passem a frequentar outros lugares (RANCIÈRE, 2010).

“Hoje temos teatro sem palavras e dança falada; temos instalações e performances como obras plásticas; projecções de vídeo transformadas em ciclo de fresco; fotografias tratadas como quadros vivos ou como pintura histórica; temos escultura metamorfoseada em show multimedia; e muitas outras combinações.” (RANCIÈRE, 2010, p.33).

Rancière (2010) ainda propõe três formas de compreensão da mistura dos gêneros artísticos. A primeira maneira é por meio do conceito de obra de arte total, onde arte e vida não se distinguem. Esta é, supostamente, a arte transformada em vida e a vida em arte. A segunda proposição vem da realidade pós-moderna, onde papéis e identidades sofrem trocas contínuas, assim, existe um processo de hibridação dos próprios meios da arte. O real e o virtual, o orgânico e o mecânico se confundem de forma que os limites de separação são tênues e pouco visíveis. A terceira e última proposição tem como base a negação do objeto artístico como algo divino, intocável, inatingível no pedestal das artes e coloca o objeto como algo comum, pertencente a todos e onde todos podem participar.

Retomando a questão sobre o espectador, Rancière (2010) destaca a ideia do paradoxo do espectador fundamental, que consiste simplesmente na concepção de que “não há teatro sem espectador” (p. 8), daí o caráter fundamental do público no mundo das artes. Brevemente e em poucas palavras, Rancière aborda a importância do espectador para o objeto artístico, neste caso, faz referência ao teatro.

Rancière (2010) reafirma o papel do espectador diante da obra quando denuncia o processo de emancipação. Até então, olhar e agir, atividade e passividade, eram termos opostamente bem definidos, porém, quando Rancière faz referência ao olhar do espectador também se configura aí uma atividade, uma ação, os papéis se misturam, e começa, a partir daí, o processo de emancipação do espectador. Este ao observar também está a agir e a partir do que viu cria suas próprias ideias, interpretações e impressões, liga o que está vendo e vivenciando com tudo que já viveu. Este poder de associar e dissociar nossas ideias e experiências com objeto artístico é o processo de emancipação. O papel do artista é apenas abrir o perímetro, por meio de sua obra, para que, assim, os espectadores possam caminhar e tomar seus próprios rumos, considerando sua própria vivência.

Esquenazi (2006) coloca essa possibilidade de diferentes interpretações pelo público, dotado de realidade materiais e simbólicas, quando este é confrontado por uma obra que possui simbologias e significados próprios. Esse encontro gera resultados variados que podem transformar a compreensão da realidade.

Anos antes Duchamp (1965), já considerara a importância do espectador e como este dialoga com o artista. Logo em na primeira frase do seu texto *O ato criador*, Duchamp coloca o artista e o público em equidade ao dizer que a criação artística é composta de dois pólos, “de um lado o artista, do outro, o público” (DUCHAMP, 1965, p. 1). O artista e a obra de arte sozinhos não têm efetividade, só serão legitimados quando forem aceitos pelo público. É através desse processo de legitimação que Duchamp inclui o espectador no ato criativo, pois o artista ao colocar a obra para o público e o mundo exterior, as interpretações geradas passam a fazer parte do objeto artístico e a contribuir para o ato criador.

Assim como Duchamp (1965), Rancière (2010) também fala sobre o algo exterior do objeto artístico que parece ter vida própria e assim cria um terceiro elemento. Para Duchamp, esse elemento está presente em dois momentos, primeiro chamado de coeficiente artístico e o segundo de fenômeno da transmutação. O coeficiente artístico é aquilo que se perde e ganha quando o artista realiza a obra, a diferença entre a intenção e a realização. Duchamp considera que o coeficiente artístico é a falha do artista em representar integralmente sua intenção, é o que “permanece inexpresso embora intencionado e o que é expresso não-intencionalmente.” (DUCHAMP, 1965, p. 2). Em um segundo momento, a obra

aparece no processo de transmutação, no qual a matéria é transformada em obra de arte e legitimada pelo público. Rancière escreve sobre a mesma ideia, no paradoxo do mestre ignorante em que “o aluno aprende do mestre algo que o próprio mestre não sabe” (RANCIÈRE, 2010, p. 23). Por trás, desse paradoxo está justamente a ideia de emancipação, quando o aluno/espectador rompe a barreira de aprender/ver aquilo que o mestre/realizador lhe ensina/mostra. O paradoxo do mestre ignorante, porém cobre apenas o distanciamento entre o artista e o espectador. Porém, outro momento que gera o terceiro elemento do objeto artístico é quando Rancière destaca a distância inerente do próprio objeto, em questão, do artista e do espectador, é algo que nenhum dos dois é proprietário e que dos dois está distante. O objeto artístico, então, é algo autônomo e está entre a ideia do artista e a compreensão do espectador (RANCIÈRE, 2010).

Ostrower (1959) também defende o modo autônomo da obra e a independência e liberdade do público. Para a autora apesar do caráter universal e espiritual da arte, muitas vezes esta é apresentada como uma mercadoria, o que coloca o público diante da esfera presente no circuito artístico, diminuindo assim o potencial, que uma vez poderia ser explorado pelo espectador. Para Ostrower (1959) o público não é culpado de tal. A classificação de arte como objeto é oriunda do circuito e este enfraquece a própria existência da arte, colocando a mesma em categorias predeterminadas. A arte é autossuficiente, de “percepção direta, individual e explícita por si mesma”, por isso não cabe explicações, classificações ou julgamentos. (OSTOWER, 1959, p. 2).

A obra de arte, uma vez criada, passa a viver uma vida autônoma, desligando-se do artista como uma criança que caminha para seu destino próprio, particular.

(...)

O ato de contemplar não significa receptividade passiva, é antes altamente dinâmico. Para cada espectador que a recria para si mesmo em inúmeros e renovados instantes, a obra de arte se revela numa constante reencarnação, em vida que indefinidamente renasce.

(...)

Por outro lado aparece ela agora como mercadoria para um público que a recusa. Triste situação para o artista criador, e trágica, sem dúvida, para o público que, não só abre mão de forças que poderiam enriquecer e vitalizar sua existência mais ainda se sente completamente perdido e frustrado diante de obras que lhe são apresentadas como “a arte de nosso século”.

(...)

E é por isso que é tão difícil falar sobre arte: tentar explicar formas auto-suficientes seja em pintura, música, escultura, arquitetura ou mesmo em poesia onde o elemento básico é a própria palavra. (OSTROWER, 1959, p. 1 e 2)

Assim como Ostrower (1959), Rancière (2010) aponta para outra interferência na relação entre arte e público. Apesar do processo de emancipação, logo ao início do texto Rancière coloca um ponto, que por ele criticado, a qual a figura de espectador é um mal. O espectador é aprisionado pelo seu olhar e por isso é privado de conhecer ou agir. A capacidade ótica presente na obra que “forma os olhares para a ilusão e a passividade” (RANCIÈRE, 2010, p. 9)

Ora, dizem os acusadores, ser espectador é um mal; por duas razões. Em primeiro lugar, olhar é o contrário de conhecer. O espectador permanece face a uma aparência, ignorando o processo de produção dessa aparência ou a realidade que a aparência encobre. Em segundo lugar, olhar é o contrário de agir. A espectadora fica imóvel no seu lugar, passiva. Ser espectador é estar separado ao mesmo da capacidade de conhecer e do poder de agir. (RANCIÈRE, 2010, p. 8 e 9)

Rancière (2010) defende a necessidade de ação por conta do espectador, por meio do processo de emancipação, retirando-o do papel passivo e mostrando que este não seja seduzido somente pelas imagens. O espectador deve ser tragado pela obra da sua posição de observador.

Abordado todo o percurso que a obra realiza pelo circuito artístico, cabe o questionamento sobre a liberdade do público, uma vez que o que lhe é apresentado passa pelos filtros do circuito artístico e na configuração atual parece mais intencionado a seduzi-lo.

Assim, a liberdade do público parece algo inerente ao objeto artístico e aos meios das artes, porém ao inserir a obra no circuito artístico, parte dessa liberdade é perdida. Ao explorar o conceito de liberdade, chega-se a conclusão do caráter absoluto dessa condição. Não é possível ser meio livre, liberdade é um axioma absoluto. O percurso do objeto artístico condiciona o próprio às esferas que não o pertencem. A liberdade de interpretação pelo público ainda permanece, mas está condicionada àquilo que foi selecionado por uma esfera ao qual este, como os artistas, não pertencem. .

3.3. Enfrentamentos e limites experimentados

Para discutir sobre os enfrentamentos e os limites experimentados pelo público cabe destacar que “o estudo da recepção não se reduziria ao estudo de um contacto ou encontro, mas envolveria a articulação de uma situação (de recepção) com o estado do espaço social.” (ESQUENAZI, 2006, p. 103) Desta forma, é necessário a retomada na busca da definição de público. De forma mais abrangente que a definição apresentada por Teixeira (1999) e Almeida (1997), Warner (2016) propõe que “um público é um espaço de discurso organizado por nada além do próprio discurso.” (WARNER, 2016, p. 2). Para o autor este espaço é determinado pela existência de um destinatário, mesmo que este não seja definido em um momento a priori. Assim sendo, o público é autotélico, ele só existe por se autorreferenciar como destinatário. E ainda sobre a natureza do público, Warner (2016), destaca que este é instituído simplesmente pela atenção; é o espaço onde o discurso circula pelo fato de não ser definido num momento a priori, ele é um espaço de relação entre desconhecidos e o discurso a ele atribuído é ao mesmo tempo pessoal e impessoal.

Para o autor instituir uma unidade ao público depende da sua capacidade de interpretação do discurso seja comum, clara e replicável e para que isto ocorra, depende da “clausura social arbitrária (através da linguagem, idioleto, gênero, mídia e endereçamento)”; o poder das instituições em agenciar o discurso e as características específicas de determinadas atividades que colocam estas mais no domínio público ou privado. (WARNER, 2016, p. 16) Deste modo, alguns dos públicos formados por discursos que tem caráter, leia-se caráter não só como conteúdo, mas também linguagem, aceitação pelas instituições e características públicas, mais universal enquadram-se na categoria mais abrangente daqueles.

Os públicos que não se apresentam dessa forma e que sua constituição parte de outros preceitos, que em grande parte são conflituosos como o conceito de público dominante, é o que Warner (2016) denomina de contrapúblicos. Os contrapúblicos não são apenas um conjunto de subalternos, mas sim sua contraposição àquilo que é dominante.

E o conflito não se estende apenas às ideias ou questões políticas, mas aos gêneros do discurso e modos de elocução que constituem o público, ou à hierarquia entre os distintos meios de comunicação. O discurso que o constitui não é meramente um idioma diferente ou alternativo, mas algo que

em outros contextos seria considerado com hostilidade, ou com um senso de indecência. (WARNER, 2016, p. 16)

Os contrapúblicos são marcados pela sua não passividade dentro do discurso e a lógica presumida de um determinado discurso não toca no contrapúblico, uma vez que pressupostos estabelecidos não os cabem. Apesar disso, os contrapúblicos são distinguidos por uma subordinação dado sua contraposição ao dominante. A caracterização dos contrapúblicos só acontece quando esse é colocado na posição de contrapúblico, ou seja, uma minoria ou subalternos só é contrapúblico quando age de tal forma, contra o dominante. (WARNER, 2016)

O status de subordinação de um contrapúblico não reflete simplesmente identidades formadas em outros lugares quaisquer; a participação nesse tipo de público é uma das maneiras pelas quais as identidades dos seus membros são formadas e transformadas. (WARNER, 2016, p. 16)

Os contrapúblicos, então, são interessantes, pois são capazes de afirmar o discurso daqueles que são contrários ao *status quo*. Os contrapúblicos testam os limites do estabelecido.

Esquenazi (2006) também apresenta analogia similar a Warner (2016) quando define que a recepção de um discurso, ou seja, o público, pode se situar de duas formas, e também defende o papel dos agentes influentes em defender e colocar aquilo que antes era visto como ilegítimo dentro da esfera dominante.

O espaço de recepção dividir-se-ia entre, por um lado, um conjunto de interpretações conhecidas, estruturadas num campo polêmico, onde as tomadas de posição dos membros do público se assumem como “incisões” no jogo social, e, por outro, um conjunto de apropriações de objectos pelos “não-públicos”, ou seja, públicos cujos gostos ilegítimos não são reconhecidos no espaço público. (ESQUENAZI, 2006, p. 103)

Fernando Cocchiarale em sua entrevista com Grossmann (2011) discorda do museu como formador de cidadania e consciência civil, para ele as instituições artísticas devem atender, primeiro, as demandas da comunidade artística. Seu depoimento ressalta que as experiências que impulsionam os novos caminhos da arte e provocam rupturas são aceitas, primeiramente, pelo público artístico e que este deve ser o foco das instituições.

Se você agrada ao usuário interessado, você fatalmente já criou condições para expandir essa instituição para o resto da comunidade. Eu não acredito em nivelamento por baixo. Em nome de conquistar o público, ficamos muitas vezes preocupados em fazer programas educacionais, investimos

demais em explicações e afastamos os artistas, os estudantes de arte e os historiadores do museu. Se você os afasta, você corta o vínculo do museu com a seiva que o alimenta. (GROSSMANN, 2011, p. 135)

Desta forma, é a comunidade artística responsável, não só por produzir, mas também por receber e difundir os novos paradigmas. Entretanto, a necessidade de uma aceitação mais fácil pelo público, principalmente, nas grandes instituições, validam obras e artistas já consagrados e de gosto popular sedimentado em detrimento de novos artistas e obras transgressoras, polêmicas e de vanguarda.

De fato, diferente das grandes exposições, as realizadas nos meandros do meio artístico, em geral, tem um maior caráter transgressor e tendem a dilatar mais os limites do objeto artístico, do artista e do espectador. À medida que a obra passa pelo circuito artístico e atinge as mais altas camadas, seu caráter experimental tende a diminuir e ficar mais condicionada ao gosto do público geral, principalmente, no caso das grandes instituições que precisam justificar seus gastos com o aumento do número de visitantes. Não se pode negar que em alguns casos o movimento pode ser contrário, dado que artistas de renome possuem mais liberdade para criar, devido a sua qualidade artística já estar estabelecida, qualquer inovação sua é suportada pelos agentes do circuito.

Moacir dos Anjos destaca ainda que a necessidade de atrair mais público coloca muitas vezes a própria obra em segundo plano. O evento ir à exposição então passa ser mais importante que os diálogos que as obras oferecem.

O que eu acho que não é possível admitir é a transformação do museu em algo que às vezes parece até um playground, um parque de diversões, em que a reflexão sobre o que se exhibe é muito pequena. A reflexão sobre o que se exhibe é quase nenhuma, e onde muitas vezes se é levado muito mais a se prestar atenção no entorno da exposição, no entorno da obra de arte, no merchandising, na cenografia, seja lá o que for, na tecnologia usada para montar a exposição, do que no próprio potencial cognitivo de encantamento que as obras possuem. (GROSSMANN, 2011, p. 150)

Para Moacir a facilidade para a realização de grandes exposições com intuito de atrair o maior número possível de visitantes é um ponto de desequilíbrio. Cabe, então, aos agentes do circuito artístico “recusar a discutir o papel dos museus somente a partir de expectativas e de critérios próprios ao circuito de produção e circulação massificada dos bens culturais.” (GROSSMANN, 2011, p. 150) Completando, Moacir, destaca uma necessidade de novos comportamentos pelo

público, onde este enxergue arte para além da experiência visual. Para isso, o autor propõe que o museu não seja apenas um espaço expositivo, mas sim um espaço de aprofundamento experimental vivencial, em que obra e público estabeleçam relações vivenciais. (GROSSMANN, 2011)

Retornando a ideia dos públicos e contrapúblicos a situação atual coloca em questão a retomada da demanda por contrapúblico que exija mais não só dos artistas, mas principalmente das instituições e da própria lógica estabelecida no circuito artístico. O caminho para o experimental tanto dos artistas, quanto do público fica dependente às condições, hoje, estabelecidas no meio artístico. Assim como Moacir (GROSSMANN, 2011) destacou, existe a necessidade de uma nova atitude do público, talvez impulsionado pelo contrapúblico que se vê agastado pela situação vigente, mas que também precisa de ser estimulado pelos decisores institucionais e agentes do meio artístico.

Caso recente que aponta para um movimento nesse sentido foi o decorrer da exposição *Queermuseu: Cartografias da Diferença na Arte Brasileira*, promovida pelo Santander Cultural em Porto Alegre em agosto de 2017. A exposição contava com 264 obras de 85 artistas brasileiros que abordavam questões de gênero e diversidade. A imensa polêmica criada nas redes sociais fez com que um grupo mais conservador pressionasse a instituição que acabou por encerrar a exposição antes da data prevista. Em resposta ao encerramento iniciou-se uma campanha de arrecadação para a realização da exposição no Parque Lage no Rio de Janeiro. A campanha foi um sucesso e aconteceu entre 18 de agosto e 16 de setembro de 2018.

A proposta da exposição foi uma tentativa de deslocar o público para uma nova ótica, não só das artes plásticas, mas também das próprias crenças da sociedade. A primeira resposta à exposição mostra a fragilidade do público brasileiro frente à proposição e da própria instituição em si de não suportar a ideia por ela patrocinada. Entretanto, a segunda reação, de financiamento e sucesso na realização da exposição, mostra uma reação positiva advinda não só da comunidade artística, mas também do público.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Se a arte e o ambiente artístico são cercados por um idealismo de liberdade na criação e interpretação, o circuito artístico funcionaria apenas como um canal em que ideias e pensamentos possam acontecer em um fluxo contínuo, ininterrupto e bidirecional de uma ponta a outra. Sendo assim, este, em teoria, deveria prezar por priorizar e fortalecer essa conexão entre as duas esferas, ou, ao mesmo tempo, preservar suas singularidades e livre arbítrio.

Bruce Naumam, em sua peça icônica de 1967, *The True Artist Helps the World by Revealing Mystic Truths*, escreveu com luzes de neon que o papel dos artistas verdadeiros é relevar as verdades obscuras do mundo. Arte deve ser provocativa, desafiadora, transgressora, controversa e, antes de tudo, livre. Contudo a sua entrada no circuito artístico coloca em questão se a liberdade de expressão do artista, não estaria condicionada. à lógica inerente a este.

Além disso, o grande acesso do público é feito por meio do circuito, seja por museus e instituições, galerias, feiras, bienais e diversos eventos ligados à arte, cabe fazer a mesma pergunta análoga ao público. Dado que a liberdade de interpretação deste com as artes, dificilmente, pode ser abolida, ainda assim o circuito artístico são responsáveis pela seleção e qualificação daquilo que será apresentado. . Como resultado cabe a seguinte indagação, estaria a experiência do público, considerando não somente a experimentação das obras em si, mas também o acesso às mesmas, enviesada pelo circuito artístico, dado seu poder de filtrar, selecionar, suprimir, reverter e modificar aquilo que é apresentado?

Este trabalho, mais que apresentar um posicionamento crítico, procurou, simplesmente, evidenciar teorias e fatos muitas vezes negligenciados no meio artístico. Assim, foi levantado um primeiro conjunto de indagações a cerca da relação entre o circuito com a criação artística e o público, e da importância deste no meio das artes plásticas em geral.

Ainda que exista muita literatura sobre o assunto, principalmente, na questão da relação entre museus e seu público, ainda é pouco trabalhada a interferência do circuito artístico sobre os artistas e o público. Claro que um dos motivos para isso é a difícil capacidade de observação desses eventos, principalmente, quando se considera o momento presente, mas também o estigma não mercadológico e institucional por trás do meio artístico dificulta sua observação.

A partir dessa breve análise novas questões foram levantadas. Para continuidade assunto faz-se necessário um mergulho maior na literatura disponível e uma dissecação mais minuciosa dos meandros e das relações do circuito artístico. É interessante a realização de uma pesquisa que estabeleça contato direto com aqueles que participam do meio.

REFERÊNCIAS

- ADAM, Georgina. (2018). From Studio to Factory: Is Overproduction the Greatest Threat to the Market for Contemporary Art? Artnet. Disponível em: <https://news.artnet.com/market/dark-side-of-the-boom-excerpt-1188020>. Acesso em: 07/05/2018.
- ALMEIDA, Adriana M. (1997). Público de Museu In: TEIXEIRA, José Coelho. Dicionário Crítico de Política Cultural - Cultura e Imaginário. São Paulo: Iluminuras, p. 324-327
- ANDERSON, Jamie; RECKHENRICH, Jörg; KUPP, Martin. (2013). A fina arte do sucesso: Conhecendo grandes obras artísticas para criar grandes negócios (Beth HONORATO, Trans.). São Paulo: DVS Editora.
- ARTE Conceitual. In: ENCICLOPÉDIA Itaú Cultural de Arte e Cultura Brasileiras. São Paulo: Itaú Cultural, 2018. Disponível em: <http://enciclopedia.itaucultural.org.br/termo3187/arte-conceitual>. Acesso em: 21/05/2018. Verbete da Enciclopédia.
- BÄTSCHMANN, Oskar. (1997). The Artist in the Modern World: The Conflict Between Market and Self-expression: Yale University Press.
- CAUQUELIN, Anne. (2005). Arte Contemporânea: Uma Introdução (Rejane Janowitzer, Trans.). São Paulo: Martins.
- DABUL, Lygia. (2009). Arte em observação. Niterói, Poiésis - Revista do Programa de Pós-Graduação em Estudos Contemporâneos das Artes Universidade Federal Fluminense, nº 14, p. 216-243. Disponível em: http://www.poesis.uff.br/PDF/poesis14/Poesis_14_ArteObservacao.pdf. Acesso em : 09/07/2018. Acesso em: 20/07/2018
- DASARTES. (2012). Modelo das Bienais. DASartes. Disponível em: <http://dasartes.com/materias/modelo-das-bienais/>. Acesso em 07/05/2018
- DE MORAES, Angélica. (2005). As artes visuais na era da apropriação simbólica pelo capital. Paper presented at the Padrões aos pedaços, São Paulo. Disponível em: http://www.forumpermanente.org/event_pres/simp_sem/pad-ped0/documentacao-f/comunic/dia09_18. Acesso em: 08/05/2018
- DUCHAMP, Marcel. (1965). O ato criador. In Gregory BATTCOCK (Ed.), A nova arte. São Paulo: Perspectiva.
- ECO, Umberto. (2016). Obra Aberta (João Rodrigo Narciso Furtado, Trans. Relógio D'Água Ed.). Lisboa.
- ESQUENAZI, Jean-Pierre. (2006). Sociologia dos Públicos (Felisbela Lopes, Trans.). Porto: Porto Editora.

FERREIRA, Daniela Stocco. (2016). O MERCADO PRIMÁRIO DE ARTE CONTEMPORÂNEA NO RIO DE JANEIRO E EM SÃO PAULO. (Doutorado), UFRJ, Rio de Janeiro.

FIALHO, Ana Leticia. (2011). O pulo do gato. Paper presented at the O mercado latino-americano, São Paulo. Disponível em: http://forumpermanente.tangrama.com.br/event_pres/exposicoes/sp-arte-2011/relatos/o-pulo-do-gato . Acesso em: 08/05/2018

FIALHO, Ana Leticia. (2013). Os interesses econômicos e a "autonomia" do sistema das artes: falsas dicotomias, um certo romantismo e o poder do mercado. Paper presented at the Diálogos Arte e Mercado, Rio de Janeiro. Disponível em: http://www.forumpermanente.org/event_pres/mesas/dialogos-arte-e-mercado/os-interesses-economicos-e-a-autonomia-do-sistema-das-artes#_ftn7. Acesso em 15/05/2018

FRASER, Andrea. (2014). O que é Crítica Institucional ?, Rio de Janeiro, Revista do Programa de Pós-Graduação em Artes da UERJ - Concinnitas, vol. 2, nº24. Disponível em: <http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/concinnitas/article/view/18731/13645>. Acesso em: 20/05/2018

FUNDACIÓ ANTONI TAPIES. (1998). Lygia Clark. Porto: Fundação de Serralves.

GREFFE, Xavier. (2013). Arte e Mercado (Ana GOLDBERGER, Trans.). São Paulo: Iluminuras.

GROSSMANN, Martin; MARIOTTI, Gilberto. (2011). Museu arte hoje. São Paulo: Hedra.

HAACKE, Hans. (1988). Museums: Managers of Consciousness. In Alexandre; Stimson Alberro, Blake (Ed.), Institutional Critique An Anthology of Artists' Writings. Estados Unidos da America: MIT Press.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. (2015). A estetização do mundo: Viver na era do capitalismo artista (Eduardo BRANDÃO, Trans.). São Paulo: Companhia das Letras.

LIPPARD, Lucy. (1973). Six Years: The Dematerialization of the Art Object from 1966 to 1972: University of California Press.

MACIUNAS, George. (1963). Manifesto. George Maciunas Fondation Inc.. Disponível em: <http://georgemaciunas.com/about/cv/manifesto-i/>. Acesso em: 15/07/2018

McANDREW, Clare. (2018). The Art Market 2018. Suíça, Art Basel e UBS. Disponível em: <https://www.artbasel.com/about/initiatives/the-art-market>. Acesso em: 20/05/2018

MELO, Alexandre. (2012). SISTEMA DA ARTE CONTEMPORÂNEA. Lisboa: Documenta.

MOURA, Sabrina. (2011). Perspectivas críticas da curadoria. Paper presented at the The Critical Edge of Curating. Disponível em: <http://www.forumpermanente.org/revista/edicao-0/textos/perspectivas-criticas-da-curadoria>. Acesso em: 11/05/2018

NEUENDORF, Henri. (2016). Art Demystified: Biennials, Explained. Artnetnews. Disponível em: <https://news.artnet.com/exhibitions/art-demystified-biennials-506903>. Acesso em: 14/05/2018.

O'DOHERTY, Brian. (2002). No interior do cubo branco - A ideologia do Espaço da Arte (Carlos S. Mendes Rosa, Trans.). São Paulo: Martins Fontes.

OGUIBE, Olu. (2004). O fardo da curadoria. Rio de Janeiro, Revista do Programa de Pós-Graduação em Artes da UERJ – Concinnitas, nº 6.

OSTROWER, Fayga. (1959). Arte e Espectador. Rio de Janeiro. Instituto Fayga Ostrower. Disponível em: https://faygaostrower.org.br/images/downloads/1959_fayga_arte_e_espectador.pdf. Acesso em: 24/05/2018

OTICICA, Hélio. (1972, 1974). Experimentar o experimental. Navilouca.

POINSOT, Jean Marc. (1986). Large Exhibitions: A sketch of a typology. In Reesa; FERGUNSON GREENBERG, Bruce; NAIRNE, Sandy (Ed.), Thinking about Exhibitions. New York: Routledge.

QUEMIN, Alain (2014). O valor da obra de arte/ Alain Quemin, Ana Leticia Fialho, Angélica de Moraes. São Paulo: Metalivros.

RANCIÈRE, Jacques. (2010). O espectador emancipado. Lisboa: Orfeu Negro.

SCOVINO, Felipe. (2015). Ser curador hoje no Brasil. Revista Poesis, 26.

SHEIKH, Simon. (2011). O que é bienalização? Humboldt. Disponível em: <http://www.goethe.de/wis/bib/prj/hmb/the/156/pt8622843.htm>. Acesso em: 20/05/2018

SIMÕES, Pedro David Ribeiro. (2016). O mercado da arte moderna e contemporânea em Portugal (2005-2013). (Doutorado), Universidade de Lisboa, Lisboa.

TATE. (2018). White Cube. In Art Term. Disponível em: <https://www.tate.org.uk/art/art-terms/w/white-cube>. Acesso em: 11/06/2018. Verbete da Enciclopédia.

TEIXEIRA, José Coelho. (1997). Dicionário Crítico de Política Cultural - Cultura e Imaginário. São Paulo: Iluminuras.

THEODORAKI, Maria. (2017). Issues of Display: Protecting the Object, Damaging the Artwork. Voices of Contemporary Art (VOCA). Disponível em: <http://journal.voca.network/issues-of-display/>. Acesso em: 20/05/2017

THORNTON, Sarah. (2010). Sete Dias no Mundo da Arte (Marta Perreira DA SILVA, Trans.). Lisboa: Babel.

WARNER, Michael. (2016). Públicos e Contrapúblicos (versão abreviada). In Revista Periódico Permanente, 6. Disponível em: <http://www.forumpermanente.org/revista/numero-6-1/conteudo/publicos-e-contrapublicos-2013-m-warner>. Acesso em: 20/07/2018